প্রবল ও প্রান্তিক ১



নাসরিন খন্দকার

পুতুলখেলার রাজনীতি । বার্বি কাহিনী

বারবারা মিলিসেন্ট রবার্টস ওরফে বার্বি। ঝলমলে গ্ল্যামার, পুতুপুতু মেয়েলিপণা, যৌনবাদী শরীর, কেনাকাটায় আসক্ত এক চরিত্র এই বার্বি। বাস্তবের চরিত্র নয়, পঞ্চাশ বছর জুড়ে বিশ্ব কাঁপানো বার্বি আপাত অর্থে একটি পুতুল মাত্র। শুধু পশ্চিমা দেশগুলোতেই নয়, তৃতীয় বিশ্বের এই বাংলাদেশেও একসময়কার হাতে গড়া কাপড়ের পুতুলখেলার জগতকে পাল্টে দিচ্ছে বার্বি। কন্যাশিশুর শৈশবকে বাজার ও ভোগবাদের সঙ্গে যুক্ত করে দিচ্ছে। বার্বির অস্বাভাবিক অতিচিকন শরীরের আদর্শ দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধ-পরবর্তী সমাজের বিজ্ঞাপন ও বিনোদন শিল্পের উত্থানের সঙ্গে সম্পর্কিত। বাস্তবের নারীর সামনে বার্বি শরীরের আর্দশ তাকে না-খাওয়ার মানসিক বিপর্যয়ের দিকে ঠেলে দেয়। বার্বি কেনার মানেই হচ্ছে একজন ক্রেতা কেনা। শৈশবকে পুঁজিবাদী ভোগের অধীন করে তোলার জন্য ভোগবাদের দালাল হিসেবে বার্বি তার মালিকের মাধ্যমে কেনাকাটা করে যায়। বহুসাংস্কৃতিক রাজনীতির প্রেক্ষাপটে বহুরূপী বার্বি বর্ণবাদী সমালোচনাকে দক্ষতার সঙ্গে মোকাবেলা করেই এর বাণিজ্য বিস্তার করে চলে। নৃবৈজ্ঞানিক বিশ্লেষণের সাহায্যে পুতুলখেলার রাজনীতিতে বার্বির স্বরূপ উন্মোচন, একইসঙ্গে পুরুষতন্ত্র, ভোগবাদ, পুঁজিবাদের একটি হাতিয়ার হিসেবে একে প্রতিরোধের প্রচেষ্টা এই প্রবন্ধ।

নাসরিন খন্দকার ২০০২ সালে জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয় থেকে নৃবিজ্ঞানে মাস্টার্স করার পর রিসার্চ ইনিশিয়েটিভস বাংলাদেশ (রিইব)-এ গবেষণা প্রকল্পের প্রোগ্রাম সহকারী হিসেবে কাজ করেন। দু'বছর পরে রাজশাহী বিশ্ববিদ্যালয়ের নৃবিজ্ঞান বিভাগে যোগ দেন; কয়েক মাস শিক্ষকতা করার পর ২০০৫-এর শুরুতে জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়ের নৃবিজ্ঞান বিভাগে যোগ দেন। বর্তমানে তিনি সেখানে কর্মরত। তাঁর একাডেমিক প্রবন্ধ *নৃবিজ্ঞান পত্রিকা* এবং দেশের বাইরে প্রকাশিত সম্পাদিত সংকলনে বেরিয়েছে। তিনি দৈনিক পত্র-পত্রিকা ও ব্লগে লেখেন; সামাজিক আন্দোলনের এ্যাক্টিভিস্ট।

উৎসর্গ

তারেক মাসুদ
চলচ্চিত্রে বাদপড়া মানুষের ইতিহাসবিদ

মিশুক মুনীর (চিত্রগ্রাহক)
মোহাম্মদ মোস্তাফিজ (গাড়িচালক)
মো: মোতালেব হোসেন ওয়াসিম (ফিল্ম ক্রু)
জামাল মিঞা (ফিল্ম ক্রু)

মিরসরাইয়ের ৪১ জন স্কুলছাত্র'সহ
এদেশের আর যাঁদের সড়ক দুর্ঘটনায় মেরে ফেলা হয়েছে

প্রবল ও প্রান্তিক ১
আশ্বিন ১৪১৮/অক্টোবর ২০১১

পুতুলখেলার রাজনীতি।
বারবি কাহিনী

নাসরিন খন্দকার

সিরিজ সম্পাদক: রেহনুমা আহমেদ

পাবলিক নৃবিজ্ঞান
ঢাকা

প্রবল ও প্রান্তিক ১

পাবলিক নৃবিজ্ঞান। আশ্বিন ১৪১৮ ‡ অক্টোবর ২০১১

অর্থ, শিল্পকর্ম ব্যবহারের অনুমতি, শ্রম ও বুদ্ধি-পরামর্শ দিয়ে সাহায্য করার জন্য
পাবলিক নৃবিজ্ঞান কৃতজ্ঞতা প্রকাশ করছে:
জনাব ফজলুর রহমান, সিটি গ্রুপ অফ ইন্ডাস্ট্রিজ
ড. শহিদুল আলম
নূরুল কবীর (নিউ এইজ)
শিল্পী বন্ধু নাজলী লায়লা মনসুর, ঢালী আল-মামুন
দৃক-এর মোঃ হারুন উর রশিদ নিপুণ
কল্লক-এর বেলাল চৌধুরী, জাহাঙ্গীর আলম মিদুল
প্রচ্ছদ ডিজাইন: মাহবুব/দৃক, লোগো ডিজাইন: সোফিয়া করিম
কার্টুন লে-আউট: তুষার/দৃক

প্রকাশক:
সন্ধি প্রকাশনী, ৩৮/৪ বাংলা বাজার, ঢাকা-১১০০
মোবাইল: ০১৬৮১-৭৬৪৬২৭

প্রাপ্তিস্থান:
আজিজ মার্কেট (শাহবাগ) ও বাংলা বাজার, ঢাকা

মুদ্রণ:
কল্লক, ১৩৯ ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় মার্কেট
কাঁটাবন, ঢাকা-১০০০, মোবাইল: ০১১৯৯-৮৩৮৯১০

চারটি পুস্তিকার প্রতি সেটের দাম: ২২০ টাকা

প্রচ্ছদ ছবি ও পুস্তিকার ভেতরের সব ছবি ইন্টারনেট থেকে ডাউনলোড করা হয়েছে।
ছবির সঙ্গে আলোকচিত্রির নাম না থাকাতে তাঁদের নাম উল্লেখ করা যাচ্ছে না।
তাঁদের সবার প্রতি পাবলিক নৃবিজ্ঞান কৃতজ্ঞ।
ছবির কাজে সহায়তার জন্য সাদিয়া রহমান/দৃক'কে ধন্যবাদ ।

(The politics of doll-playing: The Barbie story)
Probol O Prantik 1
Public Nribigyan Ashwin 1418 October 2011
Published by Shondhi, 38/4 Bangla Bazar, Dhaka-1100
Price Tk. 220/US $ 5.00 for a set of 4 booklets
ISBN 978 98490 015 08

পুতুলখেলার রাজনীতি। বার্বি কাহিনী

নাসরিন খন্দকার

১ শুরুর কথা

আমার ছোটবেলার পরতে পরতে জড়িয়ে আছে পুতুলখেলা। শুধু আমি কেন, পুতুলখেলা মধ্যবিত্ত প্রায় সকল মেয়েরই শৈশবের অপরিহার্য অংশ।[১] ঘন্টার পর ঘন্টা কেটে যেত পুতুলের বিয়ে আর সংসার সাজানোর আয়োজনে। পুতুলের বিয়ে যেন ছিল বন্ধুদের সাথে নতুন ধরনের সম্পর্ক নির্মাণের খেলা। তবে এই খেলা কিন্তু সীমিত ছিল মেয়ে-বন্ধুদের মধ্যেই। ছেলেবন্ধুদের অবজ্ঞাকে পাত্তা না দিয়েই তখন আমরা খেলতাম। বিয়ে, সংসার সাজানো ইত্যাদি মেয়েলি জগতের বৈশিষ্ট্যগুলো পুতুলখেলার মধ্য দিয়ে দারুণ মাধুর্য নিয়ে প্রতিষ্ঠিত হতো। মেয়ে পুতুলের প্রধান কাজ ছিল রান্না-বান্না করা, ছোট বাচ্চা পুতুলের যত্ন নেয়া, খাওয়ানো, গোসল করানো ইত্যাদি, ইত্যাদি। পুতুলখেলায় আচ্ছন্ন হয়ে মনে হতো বিয়ে হচ্ছে জীবনের সবচেয়ে বড় ও আনন্দময় ঘটনা।

মায়ের বানানো জামার উচ্ছিষ্ট কাপড় থেকে বানানো হতো পুতুল। আঙুলের সমান এই পুতুলের চুল তৈরি হতো কালো সুতা আর হাত তৈরি হতো কাঠিতে কাপড় বা সুতো পেঁচিয়ে। জুতার বা শাড়ির প্যাকেট কেটে তৈরি হতো ঘর, আসবাব। নারী-পুরুষের পার্থক্য তৈরি করা হতো চুলের দৈর্ঘ্য আর পোশাক দিয়ে। গায়ের রঙ নিয়ে তেমন কোনো মাথাব্যাথা ছিল না, হালকা রঙের হলেই হতো, যাতে করে চোখ-মুখ আঁকা যায়। আমার খেলার সঙ্গীদের মধ্যে প্রতিযোগিতা হতো কে কত ভালো পুতুল বানাতে পারে তা নিয়ে। পুতুলগুলোর ভিন্নতা এর স্রষ্টার দক্ষতা আর সৃজনশীলতা প্রকাশ করত। কিন্তু মজার বিষয় হলো,

আমার নানির বানানো চমৎকার পুতুল আমাকে এবং আমার বান্ধবীদের অভিভূত করলেও অত বড় পুতুলের সঙ্গী-সাথী, আসবাব ইত্যাদি তৈরির ঝক্কির কারণে কখনও তা পুতুলখেলায় অংশ পায়নি তবে এ বাদেও কিনতে পাওয়া যেত কলসি মাথায় কাঠের নারী পুতুল, যার হাত-পা দৃশ্যমান ছিল না। একই রকমের ঝক্কি ছিল তাকে নিয়ে খেলাতেও। বড় হয়ে উঠতে উঠতে আরও নানা রকমের পুতুল দেখার বা তা নিয়ে খেলার অভিজ্ঞতা হয়। তবে সবার প্রথম যখন প্রায় একহাত লম্বা, চোখ পিট-পিট করা বিদেশী পুতুল দেখি এক বন্ধুর হাতে, ঈর্ষায় আর বিস্ময়ে অভিভূত হয়ে গিয়েছিলাম। সেটি ছিল প্রথম পুতুলের রূপে হাতে পাওয়া চেনা স্বদেশী মানুষের বাইরে অচেনা শ্বেতাঙ্গ মানুষের প্রতিনিধি।

কিন্তু আজ যখন ছোটবেলার পুতুলখেলার স্মৃতির দিকে তাকাই, তখন কেন যেন মধুর স্মৃতিকাতরতায় মন ভরে যায় না। বরং প্রশ্ন আসে, কেন এই ধরনের খেলা মেয়েশিশুদের মধ্যে এত জনপ্রিয়? এটি কি একভাবে খেলাচ্ছলে মেয়েলিপনা শিখিয়ে দেওয়ার পন্থা? নারীর যে গৃহী ভূমিকা (যেমন বাচ্চা-পালা, রান্না করা ইত্যাদি), তাকে স্বাভাবিক, প্রাকৃতিক এবং সর্বজনীন বিষয় হিসেবে মেয়েশিশুদেরকে চিনিয়ে দেওয়ার মোক্ষম হাতিয়ার কি এই পুতুলখেলা? এর মাধ্যমে একভাবে কি নারীজীবনের ভবিতব্য হিসেবে বিয়ে ও মাতৃত্বের মতো সামাজিক নির্মাণকে স্বাভাবিক বা প্রাকৃতিক করে তোলা হচ্ছে? এই খেলাগুলোতে কেন ছেলে শিশুরা অংশ নিত না? কেনই বা অবজ্ঞা করত? এর কারণ কি এই যে, একদম শৈশবেই তারা তাদের চারপাশের মতাদর্শ থেকে জেনে নিয়েছে পুতুলখেলার মেয়েলি জগৎ পুরুষালি জগতের তুলনায় হেয়? তারা কি একভাবে তখনই পরিবার থেকে, চারপাশের মানুষ থেকে বুঝে নিতে শুরু করেছে যে, বাবা হচ্ছে সংসারের প্রধান, মা তার অধস্তন? নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকাগত পার্থক্যের সঙ্গে এর মধ্যকার ক্ষমতা-সম্পর্কও কি ওদের কাছে স্বাভাবিক হিসেবে প্রতিষ্ঠিত হয়ে যায়?

শৈশবে শিশুর চোখ দিয়ে তখন আমরা নারী-পুরুষ চিনেছি। তাদের পৃথক

ভূমিকা চিনেছি। চিনেছি বাবা (সংসারের প্রধান) রোজগার করে আর মা রান্না করে, ঘর সামলায়। বুঝে নিয়েছি বিয়ের পর মেয়েকে 'বউ' হতে হয়, "মা' হতে হয়। সেই সঙ্গে শিখেছি এই পৃথক ভূমিকার সঙ্গে সঙ্গে তাদের মর্যাদাও কিভাবে ভিন্ন হয়ে যায়; এসব কিছুই যেন কত স্বাভাবিক, প্রশ্নহীন, সর্বজনীন। আর এই সব জানাশোনা দিয়ে তৈরি করেছি পুতুলের জগৎ। নিজের অজান্তেই পুতুলখেলার মধ্য দিয়ে নিজের কাছে নারী-পুরুষের এই পৃথক সামাজিক পরিচিতি আরো স্বাভাবিক হয়েছে, শক্তিশালী হয়েছে। কিন্তু গুরুত্বপূর্ণ হলো, তখনও বাজার তেমনভাবে চিনিনি। বাজার তেমনভাবে পুতুলখেলার জগতে ঢুকতে পারেনি। সুন্দর পুতুল পাওয়ার রাস্তা ছিল পুতুল বানানোর দক্ষতা, ক্রয়ক্ষমতা নয়।

> আর এখন বাচ্চার খেলনার যোগান দিতে গিয়ে দেখি সে সব হাতে গড়া বৈচিত্রময় পুতুলের দিন আর নেই খেলনার দোকানে সারি সারি সাজানো পুতুল। এবং অনিবার্যভাবেই পুতুলগুলো সব একই ধরনের। দেশীয় কুটির শিল্পের দোকানে কাঠের বা কাপড়ের, শাড়ি বা পাঞ্জাবি পরা পুতুল পাওয়া গেলেও সেগুলো প্রধানত ব্যবহৃত হয় ঘর সাজানোতে, খেলনা হিসেবে নয়। আর খেলনার দোকানের প্রায় সব পুতুলই শ্বেতাঙ্গ, সোনালি চুলের। বেশিরভাগই সাইজে আধ হাত। এগুলো আমার ছোটবেলার আঙুল সমান পুতুলের চেয়ে বড় হলেও পুতুলখেলার জগৎ নির্মাণে কোনও ঝক্কি নেই। টাকা থাকলেই হয়। আধহাত সমান এই পুতুলগুলোর জামা, জুতা, হাতব্যাগ, বাড়ি-ঘর, গাড়ি সবই বাজারে কিনতে পাওয়া যাচ্ছে। এযুগের মধ্যবিত্ত-উচ্চবিত্তের বাচ্চাদের পুতুলখেলায় তাই 'বাজার' আর ক্রয়ক্ষমতাই মুখ্য। আর পয়সা খরচ করে আমরা এখন নারী-পুরুষের ভিন্নতার মতাদর্শ কিনি।

বুঝতে পারি খেলনা ইন্ডাস্ট্রি দারুণ দক্ষতার সঙ্গে পুতুলখেলাকে নিয়ে শিশুদের যাবতীয় স্বপ্ন-প্রয়োজন বুঝে নিয়েছে। এখন মধ্যবিত্ত ঘরে আর পুতুল বানানোর দক্ষতার প্রয়োজন নেই। সুন্দর পুতুল অধিকারের প্রতিযোগিতাটা তাই আর দক্ষতার নয়, ক্রয়ক্ষমতার। এখনকার বাচ্চারা

পুতুলখেলার মধ্য দিয়ে নারী-পুরুষের ভিন্ন অবস্থান যেমন চিনেছে, তেমনি চিনে নিয়েছে বাজার।

একইভাবে বাজার কি আরও শক্তপোক্তভাবে নির্মাণ করে দিচ্ছে না নারী-পুরুষের বিভাজিত শৈশবকে?

> মেয়ে বাচ্চার মা হওয়ার সুবাদে প্রায়ই শুনি আমার বাচ্চা দেখতে নাকি একদম পুতুলের মতো। বাচ্চার চেহারা নিয়ে পুতুলের উপমাকে প্রশংসা ভেবে তাৎক্ষণিকভাবে বেশ ভালোই লাগে অথচ চলতি কথায় 'পুতুল' বিশেষণ হিসেবে অনেকসময়ই পরাধীন অবস্থা বোঝাতে ব্যবহৃত হয় যে মানুষের কোনও ক্রিয়াশীলতা নেই, স্বাধীন ইচ্ছে-অনিচ্ছে নেই, তাকেই রূপক অর্থে অনেক সময় পুতুল বলা হয় (যেমন: পুতুল সরকার ইত্যাদি)। ফর্সা, গোলগাল বাচ্চা মেয়েদের চেহারার প্রশংসায় যে পুতুলের উপমা দেয়া হচ্ছে সেই পুতুল কিন্তু আমাদের শৈশবের উচ্ছিষ্ট কাপড়ের পুতুল না। সেই চোখ পিট-পিট করা, স্বর্ণকেশী, শ্বেতাঙ্গ, বাচ্চা পুতুলের মতোই কোনও পুতুলের উপমা দেওয়া হয়। পুতুল তো ব্যবহৃত হয় মানুষের খেলনা হিসেবে। তাই মনে প্রশ্ন আসে, মেয়ের চেহারা নিয়ে পুতুলের উপমা কেন ভালো লাগে?

বেশ ধাক্কা খাই যখন এই ভালো লাগার কারণ বুঝতে যাই। নারীর পরাধীনতা কি এতই প্রতিষ্ঠিত যে প্রাণহীন পুতুলের উপমায় অপমানিত না হয়ে গর্বিত হই? নাকি পরাধীনতার বোধকে ছাপিয়ে যায় চেহারার প্রশংসা? নারীর জন্য তাহলে কি চেহারা-সুরতই সব? আবার যদি শুধু চেহারার কথাই ধরি, যে চেহারার তুলনা করা হচ্ছে, সেই শ্বেতাঙ্গ, স্বর্ণকেশী চেহারা অর্জন করা তো আমার কালো চুল আর কালো চোখের মেয়ের পক্ষে কোনোভাবেই সম্ভব নয়। তাহলে কিভাবে আমাদের মেয়েদের সামনে এই অ-সম্ভব সৌন্দর্য্যের আদর্শকে তুলে ধরা হয়? আপনাতেই? নাকি এই আদর্শ তৈরির পেছনে অন্য কোন বিষয় জড়িত?

> আমার বাচ্চাকে যে উপমা দেয়া হয়, তা বাচ্চা পুতুল; যদিও শ্বেতাঙ্গ এবং স্বর্ণকেশী। কিন্তু লক্ষ করছি, আজকাল বাজার ছেয়ে যাওয়া আধহাত লম্বা পুতুলগুলো বাচ্চা পুতুল নয়; অস্বস্তিকর রকমের প্রবল

> প্রাপ্তবয়স্ক বিশালবক্ষা অথচ অতিচিকন শরীরের এই পুতুলগুলো কিন্তু বিশেষভাবে এই জমানার পুতুল। আর এই ধরনের পুতুলের পথিকৃত বিশ্বজোড়া খ্যাতিমান এক পুতুল; নাম তার বারবারা মিলিসেন্ট রবার্টস ওরফে বার্বি। বাচ্চার জন্য খেলনা কিনতে গেলে দোকানিরাই প্রস্তাব করেন বার্বি কিনতে। কিনতে না চাইলে উল্টো চ্যালেঞ্জ ছুঁড়ে দেন, "কেন, মেয়ে বাচ্চার জন্যে তো বার্বিই আদর্শ!"

বার্বি পুতুল এত চিকন কেন? কেনই বা বার্বি এত বিশালবক্ষ? এই শরীর তো অস্বাভাবিক, আমরা চারপাশে এমন নারী শরীর তো দেখি না। এই অদ্ভুত শরীর নিয়ে কিভাবে এটি মেয়েদের আদর্শ প্রতিনিধি হয়ে উঠল? তাহলে কি বার্বির শরীর এমন এক আদর্শ শরীরের প্রতিনিধিত্ব করে, যেমনটি নারীরা কখনও হতে পারবে না, তবু হতে চাইবে? তাহলে প্রশ্ন হলো, এই অসম্ভব শরীরী আদর্শ কখন, কিভাবে তৈরি হয়েছিল?

পুতুল বা পুতুলখেলাকে নিয়ে এই সব টুকরো টুকরো ভাবনা/প্রশ্ন থেকে বেশ বুঝতে পারি, পুতুলখেলার মধ্য দিয়ে মেয়ে বাচ্চার সামাজিকীকরণ, এই সামাজিকীকরণে বাজারের অনুপ্রবেশ, সৌন্দর্য্যের আদর্শ হিসেবে শ্বেতাঙ্গ পুতুলের আবির্ভাব, আদর্শ হয়ে ওঠা অতিচিকন শরীরের পুতুলের দাপট ইত্যাদি কোনো স্বাভাবিক বা স্বতস্ফূর্ত প্রক্রিয়া নয়। প্রতিটি বিষয়ের সঙ্গে কোনো না কোনোভাবে যুক্ত ক্ষমতার সম্পর্ক, রাজনীতি। পুতুল বা পুতুলখেলাকে কেন্দ্র করে এই প্রশ্নগুলো আমাকে পুতুলখেলার রাজনীতি অনুসন্ধানে কৌতূহলী করে তুলে। আর এই কৌতূহলের আগুনে ঘি ঢালে বার্বি পুতুলের আধিপত্য।

বার্বি পুতুল নিয়ে খেলার অভিজ্ঞতা না থাকলেও 'বার্বি' কিন্তু সাম্প্রতিক সময়ে বাংলাদেশের অনেকের কাছেই পরিচিত একটি শব্দ। এখানে উল্লেখ্য যে, কিছুদিন আগে দৈনিক *সমকাল*-এ বার্বির পঞ্চাশ বছর উদ্‌যাপন উপলক্ষে বিশেষ ক্রোড়পত্র ছাপা হয়। বার্বি শব্দটি যেহেতু পুতুল সংগ্রহকারীর গণ্ডি ছাড়িয়ে এর প্রভাব-প্রতিপত্তি বিস্তৃত করতে পেরেছে, তাতেই বোঝা যায় এটি পুতুলের অধিক কিছু। এটি আপাত অর্থে কোনো

জীবন্ত সত্তা নয়, তবু একটি বহু আকাঙ্ক্ষিত আদর্শ। এটি কাল্পনিক চরিত্র হলেও বাস্তব জগতে এর দাপট বাস্তব সত্তার থেকেও বেশি সেই সঙ্গে বার্বি 'আরও অনেক কিছু'। বার্বির এই 'আরও অনেক কিছু' দিক জানতে পারি জ্যাকলিন উরলা এবং অ্যালান সোয়েডলুন্ড-এর প্রবন্ধ "The Anthropometry of Barbie: Unsettling Ideals of the Feminine Body in Popular Culture" পড়ে। জানতে পারি বার্বি পুতুলের জন্মকথা, এর বিস্তৃতি ও প্রবল প্রতাপের সঙ্গে টিকে থাকার ইতিহাস। বুঝতে পারি বার্বির জন্ম-বিস্তৃতির ইতিহাস বিশ্ব রাজনৈতিক ইতিহাস থেকে অবিচ্ছেদ্য।[২]

এ প্রবন্ধে আমি উরলা ও সোয়েডলুন্ড, সেই সঙ্গে আরও নানা নারীবাদী ও সমাজতাত্ত্বিকদের আলোচনার সূত্র ধরে বার্বির নানামুখী বিশ্লেষণ হাজির করব। আলোচনায় আসবে পুতুলখেলার মেয়েলিজগতকে আরোও বেশি মেয়েলি করে তোলা বার্বির গোলাপি ইমেজ। সেই সাথে হাজির করব বার্বির অতিচিকন শরীরের বিশ্লেষণ ও এর প্রভাব। যেখানে আসবে বাস্তবের নারী শরীরের ওপর বার্বির চিকন শরীরের নিপীড়ন। তুলে ধরব বার্বির ভোগবাদের খেলা, যেখানে আলোচিত হবে বার্বিকে কেন্দ্র করে নিরন্তর কেনাকাটার জগৎ। সবশেষে আলোচিত হবে বহুসাংস্কৃতিক রাজনীতির (multicultural politics) খেলায় বহুরূপী বার্বির বিস্তৃতি। এখানে বলে রাখছি উল্লিখিত প্রসঙ্গগুলো আবার পরস্পরের সঙ্গে অবিচ্ছেদ্যভাবে যুক্ত; একটিকে বাদ দিয়ে অন্যটির আলোচনা সম্ভব নয়।

২ পুতুল/নারীর আদর্শ মেয়েলি পরিচিতি

আমাদের দেশে খেলনার দোকানে গোলাপি রঙের প্রাধান্য নিয়ে থরে থরে সাজানো থাকে যে বার্বিরূপী পুতুলগুলো, সেগুলো দেখলে প্রায় সবাই এদের সম্পর্কে একটি সাধারণ সিদ্ধান্তে পৌঁছাতে পারবে। তা হলো সারা অস্তিত্ব জুড়ে এরা ব্যাপকভাবে 'মেয়েলি'। বার্বি মূলত বাজারে আসে একজন ফ্যাশন মডেলের চরিত্রে। এর পর একে-একে ব্যালেরিনা, নার্স,

বিমানবালা ইত্যাদি পেশাতে বাজারে আসতে থাকে। বার্বি পেশাজীবী হলেও পেশাগুলো মেয়েলি, নারীর জন্য 'মানানসই', কোমল ও নান্দনিক। আর এভাবেই বার্বি তার একশত ভাগ নারী চরিত্র বজায় রাখে যে চরিত্রে 'পুরুষালি' কোনো ব্যাপারই নেই। আর একারণেই বার্বি শব্দটি বিশেষণ হিসেবে বিশেষ ধরনের নারী চরিত্র বোঝাতে অনেকসময় ব্যবহৃত হয়। কেমন সেই নারী চরিত্র? শরীর ও রূপসর্বস্ব, বুদ্ধিবৃত্তিহীন, অ-রাজনৈতিক। চলতি কথাবার্তায় হেয় অর্থে 'মেয়েলিপনা' যা যা প্রকাশ করে ঠিক তাই। কিন্তু মেয়েলিত্ব প্রকাশের রঙ এমন ব্যাপকভাবে গোলাপি কেন? গোলাপি রঙ কি তাহলে মেয়েলিত্বের রঙ হয়ে ওঠে? কিন্তু কিভাবে?

> বাচ্চার জন্য বিভিন্ন প্রয়োজনীয় জিনিস কিনতে গিয়ে দেখলাম কাপড়, খেলনা, আসবাব থেকে শুরু করে বাচ্চার যাবতীয় জিনিস প্রধানত দুই রঙে পাওয়া যায়: গোলাপি এবং নীল। নবজাতকের প্রথম দিন থেকেই যথার্থ লিঙ্গীয় পরিচিতি দিয়ে তাকে যাতে প্রকাশ করা হয় তার সুব্যবস্থা বাজার করে রেখেছে। সে জন্য দোকানিরা আগে-ভাগে জেনে নেয় বাচ্চা 'ছেলে' না 'মেয়ে', যাতে সে অনুযায়ী পণ্য বের করতে পারে। এক মাসের মাথায় আমি আবিষ্কার করলাম আমার মেয়ে যত উপহার পেয়েছে তার প্রায় সবটাতেই গোলাপি রঙের প্রাধান্য। নীল/গোলাপির এই লিঙ্গীয় বৈপরিত্যমূলক অর্থ পশ্চিমা ধ্যান-ধারণায় ব্যাপকভাবে প্রতিষ্ঠিত। এটি আমাদের এই অঞ্চলের নয়। বাচ্চার কাঁথা-কাপড় বা জামা বানাতে গিয়ে আমাদের মুরুব্বিরা কিন্তু রঙচঙে কাপড়কেই পছন্দ করতেন; যাতে সহজে মলিন না হয়। যদিও ঔপনিবেশিক অভিজ্ঞতার কারণে ম্যাড়ম্যাড়া/পানসে রঙ ভদ্র ও অভিজাত হিসেবে শ্রেণীগত সমাদর পায়। তবু ক্ষেত্রবিশেষে আমাদের দেশের নারী-পুরুষকে প্রায়ই উজ্জ্বল রঙের পোশাক পরতে দেখা যায়। তবে পশ্চিমের প্রভাবে আমরাও আজকাল জেনে নিচ্ছি, মেয়েলিত্বের রঙ গোলাপি আর নীল হচ্ছে পুরুষালি।

তাই তো বার্বির প্রস্তুতকারক কোম্পানি ম্যাটেল (Mattel)-এর যে ফ্লোরে বার্বি ব্র্যান্ডের অফিস, সে ফ্লোরের আসবাব বা রঙ অন্য আর পাঁচটা অফিসের মতো হলেও এর চলতি নাম হচ্ছে 'পিঙ্ক ফ্লোর'।[৩]

শুধু রঙ দিয়েই না, বার্‌বি পোশাক, রূপ, সাজগোজ, পার্টি ইত্যাদিকে কেন্দ্র করে এক মেয়েলি জগতে বিরাজ করে। বার্‌বি তার অস্তিত্বের পুরোটা দিয়েই এই মেয়েলিপনার একটি সীমিত গণ্ডি ঠিক করে এবং নিষ্ঠার সঙ্গে সেই সীমা মেনে চলে। সেইসঙ্গে এই সীমিত জগতকে সর্বজনীন করে তোলার চেষ্টা



বার্‌বির গোলাপি মেয়েলি জগৎ

করে। বার্‌বির আবিষ্কারক রুথ হ্যান্ডলার গর্বিত স্বরে মেয়েশিশুদের ওপর বার্‌বির প্রভাব সম্পর্কে বলেন, 'অভিভাবকরা জানায় যে তারা এর আগে তাদের মেয়েদেরকে এত সুন্দরভাবে সজ্জিত করতে পারেনি, পারেনি জিনস্ প্যান্ট ছেড়ে ড্রেসের মধ্যে ঢোকাতে; চুল ধোয়াতে বা গলা পরিস্কার করাতে পারেনি। এমন সময় বার্‌বি আসে পরিষ্কার মুখ ও চুল নিয়ে, ফ্যাশনেবল পোশাক, ম্যাচিং হাতমোজা আর জুতা পরে।'[৪]

বার্‌বি এই গোলাপি নারীত্বের আদর্শ প্রতিনিধি। আমরা ছোটবেলায় বিয়ে, সংসার ইত্যাদি নিয়ে পুতুলের যে মেয়েলি জগৎ সাজাতাম, বার্‌বি যুগে এসে দেখতে পাই এই জগৎ আরও শক্তিশালীভাবে নারী-পুরুষের পৃথক সামাজিক

পরিচিতি তৈরি করে দিচ্ছে মেয়ে বাচ্চার সামাজিকীকরণে আমাদের কালে প্রধান শিক্ষক ছিল পরিবার। কিন্তু এই যুগে দেখি বাজারী পুঁজিবাদ আরও দক্ষভাবে, আধুনিকরূপে লিঙ্গীয় পার্থক্যকে শিখিয়ে দিচ্ছে।

গত পঞ্চাশ বছরে সামাজিক-রাজনৈতিক ইতিহাসের ব্যাপক পরিবর্তনের মধ্যেও একই রকম মেয়েলি ইমেজ নিয়ে বার্‌বি যে টিকে আছে, সেটা কিন্তু সহজ কথা নয়। এর রহস্য হচ্ছে, যুগের সঙ্গে যথার্থভাবে তাল মেলাতে পারার দক্ষতা। তাই বার্‌বির অতি মেয়েলি ইমেজ সবসময়ই, সব পরিবেশেই মানিয়ে নেয়; এমনকি নারীবাদী সমালোচনা মোকাবেলা করেও বেশ শক্তিশালী হয়ে টিকে থাকে। পঞ্চাশ বছর ধরে বার্‌বি বাণিজ্যের এই সফলতার মূলে আছে ম্যাটেলের চতুর মার্কেটিং দল, যারা বিস্তৃত গবেষণার মাধ্যমে পরিবর্তনশীল সমাজকে বুঝে নিয়ে বার্‌বির নিরন্তর পরিবর্তন সম্ভব করে তোলে। এভাবেই বার্‌বি নারীর গোলাপি ইমেজকে সব ধরনের প্রতিকূল পরিবেশেও ধরে রাখে।

১৯৫৯-এ জন্মানো ফ্যাশন মডেল বার্‌বির পেশা পুরো ষাটের দশক জুড়ে ঘুরেফিরে বিমানবালা, ব্যালেরিনা, শিক্ষিকা, নার্স ইত্যাদি 'মেয়েলি পেশা'-তেই সীমিত ছিল। এর মধ্যে বার্‌বি যতবারই বাজারে এসেছে, পোশাক আর অন্যান্য সরঞ্জাম দিয়ে এই সব প্রথাগত মেয়েলি পেশাতেই নিজের পরিচিতির সীমা ধরে রেখেছে। কিন্তু সত্তরের দশকে শক্তিশালী নারীবাদী আন্দোলন সামাজিক পরিস্থিতি বদলে দেয়। এসময় নারীবাদী আন্দোলনের প্রভাবে গণমাধ্যম ও পপুলার সংস্কৃতিতে নারীর লিঙ্গীয় পরিবেশন সমালোচনার মুখে পড়ে। খেলনার ইন্ডাস্ট্রিতেও এই প্রভাব এসে পড়ে। বার্‌বির প্রবল লিঙ্গীয় ইমেজ অভিভাবকদের তরফ থেকে বেশ সমালোচিত হয়। এর বিক্রিবাট্টা কমে যায়। ব্যবসা সামাল দিতে এর কারখানা চলে যায় সস্তা শ্রমের তৃতীয় বিশ্বের দেশ তাইওয়ানে। হাওয়া বুঝে ম্যাটেল দ্রুত পরিস্থিতি সামলে উঠতে বার্‌বিকে বৈচিত্রময় পেশায় জন্ম দিতে থাকে। সত্তর দশকের নারীবাদী আন্দোলন বার্‌বিকে নবজন্ম দেয়। ডাক্তার, অলিম্পিক চ্যাম্পিয়ন ইত্যাদি চ্যালেঞ্জিং পেশার বার্‌বি উৎপাদিত হতে থাকে।

সামাজিক-রাজনৈতিক পরিস্থিতির সঙ্গে বার্বির পরিচিতি বদলের কয়েকটি উদাহরণ:

১. ১৯৭২-এ স্কুলে মেয়ে শিক্ষার্থীদের জন্য ছেলেদের সমান খেলাধুলার সুবিধা দেওয়ার বিধান হলে অলিম্পিক চ্যাম্পিয়ন ট্রফিধারী বার্বি জন্ম নেয়।

২. যুক্তরাষ্ট্রের চাঁদে পা দেওয়ার হুজুগে আর সোভিয়েত নারী ভ্যালেন্টিনা তেরেসকোভার চন্দ্রভ্রমণের জবাবে রুপালি স্পেসস্যুট পরে 'প্রথম নারী নভোচারী' বার্বি বাজারে আসে।

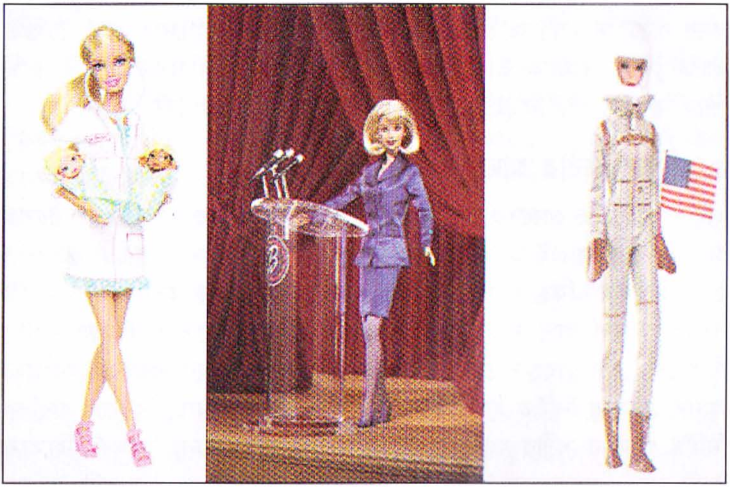
৩. উপসাগরীয় যুদ্ধের সময় বার্বি আমেরিকার মরুভূমির সামরিক সৈনিক (১৯৮৯, ১৯৯২), বিমানবাহিনী (১৯৯০, ১৯৯৩) ও নৌবাহিনীর (১৯৯১) সৈনিকরূপে উৎপাদিত হয়।

৪. ১৯৯৭ সালে বার্বির হুইলচেয়ারে বসা প্রতিবন্ধী বন্ধু বেকি উৎপাদিত হয়। বার্বির 'ড্রিম হাউস'-এ সেই হুইলচেয়ার ঢুকতে না পারার সমালোচনা হলে, সেই স্বপ্ন-বাড়িও আবার সংশোধনের উদ্যোগ নেয়া হয়।

সামাজিক-রাজনৈতিক পরিস্থিতির সঙ্গে তাল মিলিয়ে চলার এরকম অজস্র উদাহরণ বার্বির পঞ্চাশ বছরের জীবনচক্রে খুঁজে পাওয়া যাবে।

বার্বি পুতুলের প্রস্তুতকারী কোম্পানি ম্যাটেল ঘোষণা দেয় বার্বির পেশা আধুনিক নারীর পেশার প্রতিচ্ছবি।[৫] এসব থেকে মনে হতে পারে যে, ম্যাটেল বার্বিকে লিঙ্গীয় প্রশ্নে সংবেদনশীল করে তুলতে চেয়েছে। কিন্তু মজার ব্যাপার হলো, ম্যাটেলের সাবেক মার্কেটিং ম্যানেজার বেভারলি কেনেডি ১৯৮৭ সালে মিজ (Ms) পত্রিকার এক সাক্ষাৎকারে স্বীকার করেন যে, নভোচারী বা ডাক্তার বার্বি বাজারে ভালো চলেনি এবং এ ধরনের পোশাক রাখা হয়েছে বার্বির প্রগতিশীল চেহারা দেখানোর স্বার্থেই।[৬] বলা বাহুল্য, বার্বির সমালোচনা ঠেকাতে প্রগতিশীল রূপে তাকে প্রকাশ করা হলেও, ঝলমলে গ্ল্যামার আর গোলাপি নারীত্বই বার্বির মূল উপজীব্য। তাই সুন্দরী প্রতিযোগিতার নারীবাদী প্রতিরোধ সত্ত্বেও ডাক্তার, অলিম্পিক চ্যাম্পিয়ন ইত্যাদি চ্যালেঞ্জিং পেশার পাশাপাশি মিস আমেরিকা মুকুটধারী

বার্বি অস্তিত্বশীল থাকে। নভোচারী বার্বির সঙ্গে একই সালে আসে গ্লামার বার্বি, যার সঙ্গে সরবরাহকৃত পুস্তিকাতে পরিস্কার পরিচ্ছনতা ও যথার্থ গৃহসজ্জার উপদেশ দেওয়া হয়। একই সালে বের হওয়া নভোচারী বার্বি আর গ্লামার বার্বির সহাবস্থান যেন নারীবাদী চাপ আর যৌনবাদী (sexist) চাওয়ার মধ্যে ভারসাম্য করে।



শিশু বিশেষজ্ঞ বার্বি　　প্রেসিডেন্ট বার্বি　　নভোচারী বার্বি

১৯৬৩ সালের একটি রিপোর্টে দেখা যায় গড়ে বার্বির চৌষট্টিটি পোশাকের মধ্যে কেবল একটি পেশাকেন্দ্রিক। উপরন্তু, বার্বির পেশা একটি নতুন পোশাক ছাড়া আর কিছুই নয়। ছোট্ট মেয়েটি যদি বড় হয়ে দেশের রাষ্ট্রপতি হতে চায়, তাহলে সে বড়জোর বার্বির জন্য আরও একটি পোষাক–রাষ্ট্রপতির ও তার জন্য আরো যা যা প্রয়োজন তার ক্রেতা হবে। প্রেসিডেন্টের পোশাক পরুক আর এ্যারোবিক ইনস্ট্রাকটরের পোশাক পরুক, বার্বির শরীর কিন্তু একইরকম লাস্যময়ী। চরিত্রও তাই, একই রকম মেয়েলি। বার্বির বহুমুখী পোশাকী পেশা তাই একভাবে বার্বির গোলাপি

নারীত্বকে আরও গ্রহণযোগ্য করে তোলার তরিকা ছাড়া আর কিছু নয়।

বার্বিকেন্দ্রিক জগতে বার্বির স্বাধীন চলাফেরা, যে কোনো পেশায় সফল হিসেবে বার্বির পরিচিতিকে বার্বি প্রস্তুতকারক কোম্পানি ও এর সংশ্লিষ্ট পক্ষ থেকে নারীর জন্য ইতিবাচক ইমেজ হিসেবে তুলে ধরার তাগিদ দেখা যায়। কিন্তু আসল ব্যাপার হলো, নানা বৈচিত্রময় পেশায় বার্বির জন্ম হলেও বার্বির মূল জগৎ কিন্তু সাজগোজ, পোশাক ইত্যাদির মধ্যেই সীমিত। আর বারে বারে যে নারী আয়নায় মেকাপ ঠিক আছে কি-না দেখে নেয়, চিন্তিত থাকে চুলটা ঠিকঠাক আছে কি-না, সে কোনো স্বাধীন সত্তার প্রতীক হতে পারে না। সে আর কিছুই নয়, নিজ দেহের নজরদারিতে বন্দী।[৭]

৩ পুতুল/নারীর আদর্শ শরীর

বার্বির মেয়েলি জগতের আরেক আশ্চর্য দিক হচ্ছে এর অতিচিকন শরীরের আদর্শ। বার্বির এই অস্বাভাবিক চিকন শরীর এ যুগের নারী শরীরী আদর্শের সেরা আইকন। কিন্তু মানব বৈচিত্র্য বা ভিন্নতা যেখানে বাস্তবতা, একটি নির্দিষ্ট দৈহিক আদর্শ আর যাই হোক নিরপেক্ষ হতে পারে না। তাহলে কখন, কিভাবে, কেন এবং কাদের কাছে একটি বিশেষ মানব শরীরের কাঠামো আদর্শ হিসেবে নির্মিত হয়? কিংবা সরাসরিভাবে বলা যায়, কিভাবে বার্বির নির্দিষ্ট গড়নের শরীর জাতি-শ্রেণী নির্বিশেষে নারীর জন্য 'আদর্শ' হিসেবে তৈরি হয়? প্রশ্নগুলোর উত্তর খোঁজার একটি পথ পাওয়া যায় যদি বৈশ্বিক প্রেক্ষাপটে শরীরী আদর্শ নির্ধারণের ইতিহাস বিবেচনায় আনি।

৩.১ আদর্শ শরীর: চল্লিশ দশকের নরমা

উরলা এবং সোয়েডলুন্ডের আলোচনা থেকে জানতে পারি, '৪০ দশকে দুই বিশ্বযুদ্ধের মাঝামাঝি সময়ে মার্কিন জাতীয়তাবাদী মতাদর্শ শক্তিশালী হয়ে উঠতে থাকে। সেই সঙ্গে বর্ণবাদী চিন্তার পক্ষে যায় এমন বৈজ্ঞানিক প্রমাণ হাজির করার তাগিদও কাজ করে। বিভিন্ন পক্ষ থেকে প্রশ্ন উঠতে থাকে, মার্কিনিদের কি বিশেষ কোনো শারীরিক বৈশিষ্ট্য আছে? ইউরোপীয় পূর্বপুরুষদের থেকে কী এরা দুর্বল? অথবা শারীরিকভাবে বড়সড়? যুদ্ধ

পরিস্থিতি মোকাবেলায় এদের শরীর কতটা ফিট? ১৯৪৫ সালে এসব প্রশ্নের উত্তর খুঁজতে গিয়ে বেশ ঘটা করে আদর্শ জাতীয় চরিত্র নির্ধারণ করা হয়। সারা যুক্তরাষ্ট্র জুড়ে হাজারো 'দেশীয় সাদা আমেরিকান' যুবদেহের তথ্য নিয়ে তৈরি হয় পুরুষ 'নরম্যান' ও নারী 'নরমা'। নরমার উচ্চতা নির্ধারিত হয় পাঁচ ফুট চার ইঞ্চি আর কোমরের মাপ একত্রিশ ইঞ্চি। নরমার শরীর যুদ্ধোত্তর আমেরিকার প্রয়োজন মেটানোর জন্য যথার্থ ছিল: সে শরীর ফিট, শক্তিশালী এবং সন্তান জন্মদানের উর্বর ক্ষেত্র। তাই নরমাকে সেই সময় আদর্শ বা কাম্য হিসেবে তুলে ধরা হয়েছিল। কেননা যুদ্ধবিধ্বস্ত আমেরিকার প্রয়োজন ছিল উর্বর ও শক্তিশালী উৎপাদকের। ক্লিভল্যান্ড যাদুঘর, একটি স্থানীয় দৈনিক, YWCA এবং আরও কয়েকটি সংগঠন মিলে ওহাইয়োর নারীদের জন্য একটি প্রতিযোগিতার আয়োজন করলে 'নরমা' ব্যাপক পরিচিতি পায়। সেই প্রতিযোগিতার ব্যানার ছিল 'Are you Norma, 'Typical Woman?'। তিন দিনের মধ্যে প্রায় চার হাজার নারী তাদের শরীরের মাপ জমা দিয়েছিল প্রতিযোগিতায় জয়ী হয়ে যুক্তরাষ্ট্রের আদর্শ গড় নারী শরীরের স্বীকৃতি পাওয়ার আশায়।

আদর্শ নারী শরীর নরমা ছিল পুনরুৎপাদনের জন্য যথার্থ শক্তিশালী ও আকৃতিতে বড়সড়। কিন্তু পরবর্তী দশকগুলোতে বিজ্ঞাপন, বিনোদন শিল্প এবং ভোগবাদের কল্যাণে নারী শরীরের আদর্শ আকৃতি বদলে যেতে থাকে। নারী শরীর তখন আর সন্তান জন্মদানের ক্ষেত্র নয়, বিবেচিত হতে থাকে সৌন্দর্য্য, যৌনতা আর ফ্যাশনের মাপকাঠি দিয়ে। নারীর শারীরিক ফিট্‌নেসের চাইতে বেশি গুরুত্বপূর্ণ হয়ে দাঁড়ায় সুন্দরী ও সেক্সি হয়ে ওঠা। সেই সময় থেকে ভোগের সঙ্গে তাল মিলিয়ে একদিকে যুক্তরাষ্ট্রের গড় নারী শরীর ক্রমশ মোটা হতে থাকে, অন্যদিকে আশ্চর্যজনকভাবে আদর্শ শরীরের মানদণ্ড হতে থাকে চিকন থেকে চিকনতর।

যুদ্ধোত্তর যুক্তরাষ্ট্রের অর্থনৈতিক প্রবৃদ্ধিতে টেলিভিশনের আবিষ্কার এবং পণ্য বেচার বিজ্ঞাপনের মাধ্যম হিসেবে টেলিভিশনের ব্যবহার জনপ্রিয় হতে থাকে। বিজ্ঞাপনে ব্যবহৃত নারী মডেলের চিকন শরীর সবচেয়ে

কার্যকরীভাবে নতুন নারী শরীরের আদর্শ ছড়িয়ে দিতে থাকে। টেলিভিশন তখন যুক্তরাষ্ট্রের ঘরের ভেতরে ভোগের আকাঙ্খা তৈরি করে দেয় যাদুমন্ত্রের মতো। নারী, টিনএজ এবং শিশু এসব বিজ্ঞাপনের টার্গেট-এ পরিণত হয়। একসময়ের আদর্শ শরীর 'নরমা'র ইমেজ ঢাকা পড়ে যায় বিলবোর্ড আর টেলিভিশনের বিজ্ঞাপনের চিকন নারী শরীরের আড়ালে। বিজ্ঞাপনের ফ্যাশন মডেল টেলিভিশনের মাধ্যমে ঘরের ভেতরে ঢুকে যেন বলতে থাকে: যত পারো খাও কিন্তু ছিপছিপে থাকো; মোটা হয়ো না। ফ্যাশনেবল, সেক্সি পোশাক পর কিন্তু বিশ্বস্ত স্ত্রী, 'ভালো' মেয়ে হয়ে থাকো। ত্যাগী বা পরিশ্রমী নারী নয়, প্রয়োজন পড়ে ভোগী নারী যে কিনা আবার পুরুষের ভোগের উপকরণ। কর্মঠ, ত্যাগী নারী আদর্শ রূপান্তরিত হয় ভোগী, বিলাসী ও যৌন আবেদনময়ী নারী আদর্শে। শক্তিশালী নারী শরীর নয়, কাম্য হয়ে ওঠে চিকন-দুবলা-পলকা নারী শরীর। পুরুষের ওপর নির্ভরশীল এই পলকা নারী শরীর পুরুষালি কামনায় আদর্শ ও নারীত্বের সঙ্গে মানানসই হিসেবে প্রতিষ্ঠিত হয়ে ওঠে। আর আজকে চারিদিকের হাজার হাজার চিকন নারী শরীর প্রদর্শনের তলে নরমা এতটাই আড়ালে পড়ে গেছে যে, এই প্রবন্ধের জন্য অজস্রবার নানা সূত্র ঘেঁটেও এক সময়ের সেই মার্কিন আদর্শ নারী শরীরের প্রতিনিধি নরমার একটি ছবিও কোথাও খুঁজে পাইনি। কিন্তু তেমন একটা কসরত না করেই পেয়েছি এই আমলের আদর্শ চিকন ও সেক্সি শরীরের যথার্থ প্রতিনিধি বারবির অজস্র ছবি।

৩.২ আদর্শ শরীর: বারবি যুগ, ১৯৫৯ থেকে বর্তমান

১৯৫৯-এ খেলনা প্রস্তুতকারী কোম্পানি ম্যাটেলের হাতে জন্মায় বারবি। নিজের কন্যাশিশুকে বাচ্চা পুতুল নয় বরং বড়দের মতো পুতুল বানিয়ে তা নিয়ে খেলতে দেখেন ম্যাটেলের অন্যতম কর্ণধার রুথ হ্যান্ডলার। এ থেকেই শিশুর শৈশবের প্রতিনিধি বাচ্চা পুতুল নয়, বরং প্রাপ্তবয়স্ক পুতুল দিয়ে শিশুর ভবিষ্যত স্বপ্নকেও পুতুলখেলার মধ্য দিয়ে গড়ার বুদ্ধি পান। এটিই বারবি পুতুলের বহুল প্রচলিত জন্ম ইতিহাস।

আপাত নিরীহ এই জন্মকাহিনী মুদ্রার একপিঠ, অপর পিঠে আছে আরেক কাহিনী।

ইউরোপ বেড়াতে গিয়ে জার্মানি থেকে রুথ নিয়ে আসেন পুর্ণবয়স্ক নারী শরীরের অধিকারী পুতুল 'বিল্ড লিলি'। জার্মান জনপ্রিয় ট্যাবলয়েড 'বিল্ড'[৮]এ প্রকাশিত এক কার্টুন চরিত্রের অনুকরণে এই পুতুলটি তৈরি। কার্টুন চরিত্র লিলি যুদ্ধোত্তর ইউরোপের পরিবর্তিত সমাজে, যৌনবাদী (sexist) পুরুষের জগতে একটি জনপ্রিয় নারী চরিত্র হয়ে ওঠে। ধনী বসের সেক্রেটারি লিলি উচ্চাভিলাষী। এই উচ্চাভিলাষ অর্জনের পথ হিসেবে সে ব্যবহার করে তার নারীত্ব ও যৌনতাকে। লিলি পুতুল প্রাথমিকভাবে অ্যাডাল্ট শপে পুরুষের যৌন উপকরণ হিসেবে বিক্রি হতো।[৯] পরবর্তীকালে বাচ্চার খেলনা হিসেবেও এর ব্যবহার বাড়তে থাকে। দূরদর্শী রুথ এই লিলির মধ্যেই ব্যবসায় বাজিমাত করার সম্ভাবনা দেখতে পান। মজার ব্যাপার হলো, লিলির অনুকরণে নতুন পুতুল বার্বি তৈরির জন্য ম্যাটেল কোম্পানি যুদ্ধাস্ত্র নক্সাবিদ জ্যাক রায়ানকে তলব করে। এই জ্যাক রায়ান অস্ত্র প্রস্তুতকারী প্রতিষ্ঠান রেথেওন-এর নক্সাবিদ ছিলেন। তিনি পেন্টাগনের হয়ে স্নায়ুযুদ্ধের সময়ে হক্ ও স্প্যারো মিসাইলের নক্সা প্রস্তুত করেন।

কিন্তু পুতুল তৈরিতে জ্যাক রায়ান কেন? কারণ, তিনি যুদ্ধাস্ত্রের মতো ভয়ানক জিনিসকে পেলব চেহারায় ঢেকে দেওয়ার দক্ষতা প্রমাণ করে বেশ বিখ্যাত হয়েছিলেন। সেই যুদ্ধাস্ত্র নক্সাবিদের হাতে তৈরি হয় বার্বি। রায়ানের সেই দক্ষ হাতে যৌন উপকরণ লিলি পুতুলের পুনর্জন্ম হয় মেয়েশিশুর খেলার পুতুল বার্বি রূপে।

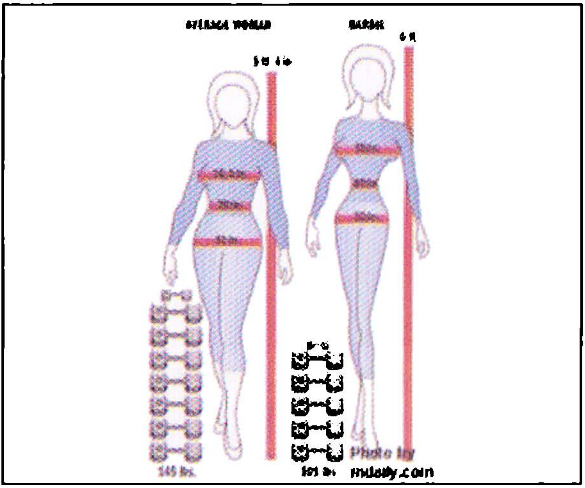
পেলব প্লাস্টিক দেহের অধিকারী বার্বি জন্মালো কখন? যে বছর স্নায়ুযুদ্ধের বহুল আলোচিত নিক্সন ও ক্রুশ্চেভ-এর 'রান্নাঘর বিতর্ক' হয় সে বছরেই, ১৯৫৯ সালে। বিতর্কটি ছিল অর্থনৈতিক উন্নয়নে, বিশেষত গৃহস্থালী সামগ্রীর উদ্ভাবনে পুঁজিবাদ ও সমাজতন্ত্রের তুলনামূলক দক্ষতা নিয়ে। মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের যে কোনো মানুষের ক্রয়ক্ষমতার মধ্যেই পড়ে এমন একটি আদর্শ শহুরে রান্নাঘরের নক্সাতে বিতর্কের স্টেজটি তৈরি হয়। অনেক কম শ্রম লাগে

এমন গৃহস্থালী সামগ্রী যেমন, ওয়াশিং মেশিন, ডিশওয়াশার, সেই সঙ্গে নানারকম বিলাসী দ্রব্য, টেলিভিশন, ক্যাসেট প্লেয়ার, পেপসি কোলা, লিপস্টিক, হাই হিল জুতা ইত্যাদি সেখানে মজুদ ছিল। আমেরিকার পুঁজিবাদী বাজারের সুফল বার্তা পৌঁছানোই এই নক্সার উদ্দেশ্য ছিল। অন্যদিকে সোভিয়েত ইউনিয়নের তরফ থেকে এসব বিলাসী দ্রব্যের পরিবর্তে গুরুত্ব দেয়া হয় জীবনধারণের জন্য দরকারি জিনিসপত্র উদ্ভাবন ও উৎপাদনের ওপর। মজার বিষয় হলো, বিতর্কের একটি পর্যায়ে তৎকালীন সোভিয়েত প্রধানমন্ত্রী ক্রুশ্চেভ জানতে চান, মুখে খাবার তুলে দিতে পারে এমন কোনো পণ্য মার্কিন বাজারে এসেছে কি না! এর উত্তরে তৎকালীন মার্কিন ভাইস-প্রেসিডেন্ট নিক্সন জানান, দুই তরফের প্রতিযোগিতাটি প্রযুক্তিগত, অন্তত অস্ত্রের নয়।[১০] স্নায়ুযুদ্ধকালীন পুঁজিবাদ আর সমাজতন্ত্রের মধ্যকার প্রতিযোগিতার পরিপ্রেক্ষিতে এই সভা কিন্তু খুবই গুরুত্বপূর্ণ ছিল। কেননা এটি ছিল সম্মুখ-যুদ্ধের একধরনের আপাত শান্তিময় বিকল্প। যুক্তরাষ্ট্রের ভাইস প্রেসিডেন্ট মার্কিন পণ্য ও আদর্শ রান্নাঘরের প্রতীকের মধ্য দিয়ে প্রতিষ্ঠা করেন নব্য মার্কিনি মতাদর্শ। যে মতাদর্শ যুদ্ধের বিকৃত অভিজ্ঞতা, নিউক্লিয়ার অস্ত্রের হত্যাযজ্ঞের স্মৃতি ও রাজনৈতিক সচেতনতা ভুলিয়ে দিয়ে বিলাসে ডুবে যাওয়াকে উসকে দেয়। একই বার্তা নিয়ে সেবছরই মিসাইলসদৃশ স্তন নিয়ে বার্বি হাজির হয় মার্কিন বাজারে। বার্বি সম্মুখযুদ্ধের মিসাইল নয়। বরং স্নায়ুযুদ্ধের 'সুন্দরী' পণ্যরূপী হাতিয়ার।

৩.৩ বার্বির শরীরতত্ত্ব

আনুপাতিক হারে মানব শরীরের ছয় ভাগের একভাগ হচ্ছে বার্বির শরীরের মাপ। ফলে উচ্চতা ও প্রশস্ততার দিক থেকে বার্বিকে ছয় গুণ বড় করলে মানব শরীরের আকারে একে পাওয়া যাবে। এতে করে বার্বির উচ্চতা দাঁড়ায় পাঁচ ফুট এগারো ইঞ্চি। শরীরের মাপ দাঁড়ায় ৩৬"-১৯"-৩৩"। বার্বির একটি জনপ্রিয়তম প্যাকেজে সে হাজির হয় একটি ওজন মাপক যন্ত্র নিয়ে যাতে বার্বির ওজন দেওয়া থাকে ১১০ পাউন্ড। মাসিকের জন্য যে পরিমাণ চর্বি নারীর শরীরে থাকা প্রয়োজন, পাঁচ ফুট

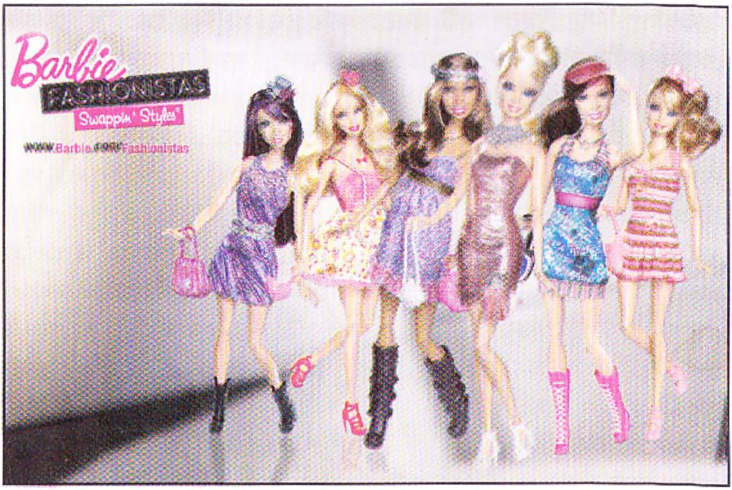
দশ ইঞ্চি উচ্চতা ও একশ' দশ পাউন্ড ওজনের নারীর তার থেকে কুড়ি ভাগ চর্বি কম। মাসিকের জন্য প্রয়োজনীয় চর্বি বার্বির শরীরে না থাকলেও যথার্থ যৌনাবেদনময়ী হওয়ার জন্য তার রয়েছে অস্বাভাবিক বিশাল স্তন যা কোনোভাবেই তার শরীরের অন্যান্য অংশের সঙ্গে সামঞ্জস্যপূর্ণ নয়। ফলে এটি বলতে পারি যে, বার্বির মতো শরীর যদি কোনো নারীর হয়, সে সন্তানধারণে বা জন্মদানে সমর্থ না হলেও যৌনবাদী পুরুষের কামনায় কাঙ্খিত।



গড় আমেরিকান নারী শরীরের তুলনায় বার্বি শরীর

পরিবর্তিত নারী শরীরের যৌনাবেদন শ্রেফ শরীরের মাপে নয়, ভঙ্গিতেও ফুটে ওঠে। এর হাত-পা যেভাবেই রাখা হোক না কেন, এক বিশেষ ভঙ্গিমা বজায় থাকে। এই ভঙ্গিমা একজন ফ্যাশন মডেলের ভঙ্গিমা, যে কিনা ক্যামেরার সামনে বা ফ্যাশন শো'তে শরীরের দর্শনীয় অংশগুলোকে বেশ দক্ষতার সঙ্গে মেলে ধরতে পারে। এই দক্ষতা না থাকলে ফ্যাশন ফটোগ্রাফার বা ট্রেনাররা মডেলকে ছবি তোলার ঠিক আগমুহূর্তে জোরে শ্বাস নিয়ে ধরে রাখতে শিখিয়ে

দেয়। বার্বি পুতুল সেই ট্রেনারের মতো করেই খুব ছোটবেলাতেই বাচ্চা মেয়েদের শিখিয়ে দেয় কিভাবে মোহনীয় ভঙ্গিতে স্তন উঁচু করে দাঁড়ালে বিশ্বজয় করা যায়।



বার্বির যৌনবাদী দেহভঙ্গিমা

এই যুগে একজন নারী কোন ভঙ্গিতে দাঁড়ালে, বসলে বা তাকালে তাকে সেক্সি বলে, সেক্সি হলে যে কত কিছু অর্জন করা যায়, ইত্যাদি গুরুত্বপূর্ণ শিক্ষা বিজ্ঞাপন ও বিনোদন শিল্প অতি গুরুত্ব দিয়ে শিখিয়ে দিচ্ছে। আর বাচ্চা মেয়েদের এই শিক্ষা দেওয়ার ক্ষেত্রে এখন সবচেয়ে প্রথম শিক্ষক বার্বি। ম্যাটেলের বার্বি ব্র্যান্ডের জেনারেল ম্যানেজার ডিকিনসন গর্বিত স্বরে জানান, বার্বি গবেষণা দল অন্যান্য অনেক উপাদানের মতো মেয়েবাচ্চাদের জন্মদিনের ভিডিও বিশ্লেষণ করে আবিষ্কার করে যে, বার্বির কল্যাণে মেয়েশিশুদের ক্যামেরার সামনে দাঁড়াবার ভঙ্গি পাল্টে গেছে। তার ভাষায় এই দাঁড়াবার ভঙ্গি 'কিছুটা এ্যাগ্রেসিভ, কিছুটা

সেক্সি'।[১১] বার্বির কল্যাণে খুব ছোটবেলাতেই শরীরের এই যৌনবাদী ভাষা শিশুর মস্তিষ্কে ঢুকে যায়।

৩.৪ বাস্তব নারীর শরীরতত্ত্ব

বার্বি নিয়ে খেলতে খেলতে কিশোরীরা এর সঙ্গে এক ধরনের আত্মিক সম্পর্ক স্থাপন করে। ছোট্ট মেয়েটির বন্ধু বা বড় বোনের মতো করে বার্বি নিজের মতো হয়ে উঠতে চাওয়ার স্বপ্ন বুনে দেয়। বার্বির বিজ্ঞাপনের গান 'আমি শুধু তোমার মতো হতে চাই' ('I want to be just like you') একে অনুকরণীয় আদর্শ হিসেবে শিশুদের সামনে উপস্থাপন করে; বার্বি হওয়ার স্বপ্ন বাচ্চা মেয়েদের মননে ঢুকে যায়। তার ওপরে আবার বার্বির মতো পোশাকের (Barbie look-alike clothes) বাণিজ্য এবং বার্বির মতো হয়ে ওঠার আনুষ্ঠানিক প্রতিযোগিতা (Barbie look-alike competition) বার্বি হয়ে উঠতে চাওয়ার স্বপ্নের উপকরণের যোগানদার হিসেবে কাজ করে।[১২]

৩.৪.১ বাস্তবের বার্বি: সিন্ডি জ্যাকসন

বার্বি হয়ে উঠতে চাওয়ার তীব্র স্বপ্নের চলতি নাম 'বার্বি সিনড্রম' যার সার্থক উদাহরণ সিন্ডি জ্যাকসন। বার্বি শরীরের আদর্শে নিজকে সঁপে দিয়ে তাকে অন্ধভাবে অনুকরণ করতে গিয়ে চৌদ্দ বছর ধরে একত্রিশবার প্লাস্টিক সার্জারি করেন তিনি। আর এভাবেই ছোটবেলার প্লাস্টিক পুতুল বার্বি হয়ে ওঠার স্বপ্ন পুরণ করে সিন্ডি গিনেস বুকে নাম লিখিয়েছেন।[১৩]

মজার ব্যাপার হলো, সিন্ডি জ্যাকসন তার নিরন্তর প্লাস্টিক সার্জারিকে ব্যাখ্যা করেন নিজ শরীরকে ইচ্ছেমতো আকার দেওয়ার 'স্বাধীনতা' হিসেবে। তাহলে কি নারীর নিজ পছন্দ অনুযায়ী শরীরের আকার দিতে পারা একভাবে প্রকৃতির নিয়ন্ত্রণ থেকে বেরিয়ে আসা? ব্যক্তিস্বাধীনতার প্রতীক? বার্বির মতো হয়ে উঠবার ইচ্ছেটি তাহলে কি স্বাধীন, সমাজবিচ্ছিন্ন ইচ্ছে? শক্তিশালী নারীবাদী বিশ্লেষণের বরাত দিয়ে বলতে পারি, ব্যক্তিস্বাধীনতা নয়, কসমেটিক সার্জারি ভীষণ রকম সামাজিক চাহিদা মতো শরীর উৎপাদনের তরিকা ছাড়া আর কিছুই নয়। সার্জারি করে যে শরীর নারীরা পেতে চান,

সেই চাওয়াটি আপনা থেকে স্বাধীনভাবে তৈরি হয় না। সেখানে পুরুষ বা পুরুষতান্ত্রিক নজরদারি (surveillance)[১৪] অনুসারে নারী শরীরের পশ্চিমা সাংস্কৃতিক আদর্শ নারীর ওপর আরোপ করা হয়।[১৫] আর তাই সমাজবিশ্লেষক জিয়াউদ্দিন সরদারের মতে গত শতকের নারী যদি বন্দী হয় রান্নাঘরের বন্দীশালায়, এই শতকের নারী বন্দী তার নিজ দেহের কারাগারে।[১৬]



বার্বি হতে পারার গর্বে গর্বিতা সিন্ডির আত্মজীবনীর প্রচ্ছদ

৩.৪.২ বাস্তবের নারী: না খাওয়ার বিপত্তি

বার্বি হয়ে ওঠার মোহ সিন্ডিকে বিখ্যাত করলেও এই মোহের সাধারণ শিকারের কাহিনী কিন্তু ভয়াবহ। কেননা, বার্বির প্রথম উপদেশ, 'খেয়ো না'। বার্বির একটি জনপ্রিয়তম প্যাকেজে ওজন কমানোর গাইড নিয়ে বার্বি হাজির হয়। সেই গাইডে স্পষ্টভাবে স্রেফ না খাওয়ার উপদেশ দেওয়া হয়।

বার্বির মতো চিকন শরীরের অধিকারী হতে গিয়ে অগুন্তি কিশোরী না খাওয়ার বিপর্যয়ের (eating disorder) শিকার হয়েছে। অনেকক্ষেত্রেই যার

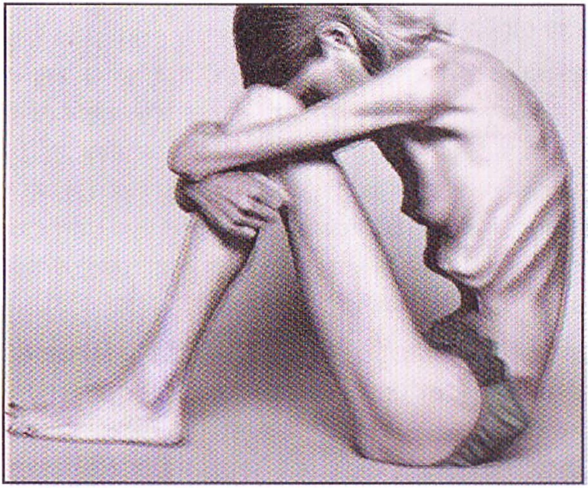
শেষ পরিণাম মৃত্যু। সমসাময়িক ফ্যাশন-বিজ্ঞাপন ইন্ডাস্ট্রি ও পশ্চিমা দর্শন-মিথোলজি-মানসিকতা বিশ্লেষণ করে তাই একে চিকন দেহের স্বৈরতন্ত্র (tyranny of slenderness) হিসেবে চিহ্নিত করেন নারীবাদী কিম শারনিন।[১৭] আর বারবি এদিক দিয়ে সবচেয়ে কার্যকরী নিপীড়ক। বারবি রক্ত মাংশের মানবী নয়, প্লাস্টিক পুতুল বলেই এই অসম্ভব মানসিক যন্ত্রণা থেকে নিজেকে বহাল তবিয়তে রেখেছে। আর পঞ্চাশ বছর ধরে অসংখ্য রূপে সবচেয়ে কার্যকরীভাবে অতিচিকন হওয়ার বিকৃত লক্ষ্যকে গাধার মুলা করে ঝুলিয়ে রেখেছে।

বারবি আবিষ্কারক রুথ হ্যান্ডলারের নাতনি স্টেসি হ্যান্ডলার তাঁর প্রকাশিত বই *দ্যা বডি বারডেন: লিভিং ইন দ্যা শ্যাডো অফ বারবি*-তে তার না খাওয়ার বিপর্যয়ের কারণ হিসেবে বারবি ও তার দাদিকে দায়ী করেন। যুক্তরাষ্ট্রের অন্য যে কোনো মানসিক রোগে যে গড় মৃত্যু হার, না খাওয়ার বিপর্যয়ে কিশোরী মৃত্যুর হার তার চাইতে কয়েক গুণ বেশি। আর এই ধরনের মানসিক বিপর্যয়ের সবচেয়ে বড় কারণ সামাজিকভাবে অতি চিকন দেহের আদর্শ। বারবি যার যথার্থ উদাহরণ।

অ্যানোরেক্সিয়া ও বুলিমিয়া না খাওয়ার বিপত্তির দুটি প্রধান রোগ। অ্যানোরেক্সিক নারী খাওয়াদাওয়া একেবারেই বন্ধ করে দেয় অথবা শুধু পানি খেয়ে থাকে (water diet)। আর বুলিমিক নারী এক বৈঠকে কয়েকগুণ বেশি খাবার খেয়ে পরক্ষণেই স্বেচ্ছায় বমি করে সব খাবার উগরে দেয়। আমেরিকার ন্যাশনাল ইটিং ডিসঅর্ডার এ্যাসোসিয়েশন থেকে প্রকাশিত এক তথ্যে (২০০৫) দেখানো হয়, এক দশকে 'ডায়েট' কেন্দ্রিক মানসিক বৈকল্যে হাসপাতালে ভর্তির হার বেড়েছে শতকরা আশিভাগ। সেই সঙ্গে আরো বেশি অল্প বয়সী বালিকা এর শিকারে পরিণত হচ্ছে। অ্যানোরেক্সিয়া, বুলিমিয়া ও অন্যান্য না খাওয়ার বিপত্তি যে কতটা ব্যাপক ও ভয়াবহ হয়ে উঠেছে তা কিছু তথ্যাকারে দেওয়া যাক:-

- যুক্তরাষ্ট্রের অন্তত অর্ধেক টিনএজ মেয়ে স্রেফ না খেয়ে বা বমি করে ওজন কমানোর চেষ্টা করে।

- যুক্তরাষ্ট্রের কিশোরীদের মধ্যে শতকরা এক ভাগ নারী অ্যানোরেক্সিক, কলেজগামী নারীর মধ্যে শতকরা চার ভাগ বুলিমিক ।
- বারো থেকে চব্বিশ বছর বয়সী নারীর মধ্যে অ্যানোরেক্সিয়ায় মৃত্যুহার অন্যান্য কারণে মৃত্যুহারের থেকে বারো গুণ বেশি।
- বিনা চিকিৎসায় শতকরা কুড়ি ভাগ না খাওয়ার বিপর্যয়ের পরিণাম মৃত্যু। আর চিকিৎসা সত্ত্বেও মারা যায় শতকরা একভাগ।[১৮]



কঙ্কালসার অ্যানোরেক্সিক নারী

বহু নামীদামি হলিউড তারকা এই রোগের শিকার। প্রখ্যাত ব্যান্ড কারপেন্টার-এর গায়িকা ক্যারেন কারপেন্টারের মৃত্যু (১৯৮৩) অ্যানোরেক্সিয়ার ভয়াবহতা প্রথম প্রকাশ করে।[১৯] আরো পরে প্রিন্সেস ডায়ানা ডায়েট কেন্দ্রিক মানসিক বিপর্যয়ের কথা স্বীকার করেন, যা আশির দশকের শেষদিকে ব্যাপক আলোড়ন তোলে।[২০] এর পর থেকে পঞ্চাশেরও বেশি জনপ্রিয় পশ্চিমা তারকা না খাওয়ার বিপত্তির কথা স্বীকার করেন। 'ডায়েট' শব্দটি ততদিনে পশ্চিমা এবং আধা-পশ্চিমা প্রায়-সকল নারীর

জীবনে একটি অপরিহার্য নিয়ন্ত্রক হয়ে দাঁড়িয়ে যায়। এর সঙ্গে অ্যানোরেক্সিক নারীর 'ওয়াটার ডায়েট'এর ব্যবধান কিন্তু আসলে খুবই সূক্ষ্ম। কেননা, মেদের বিরুদ্ধে যুদ্ধে স্বাস্থ্যকর ডায়েট বলুন আর ওয়াটার ডায়েট বলুন, কার্যকরী হলে সবই বৈধ যেভাবেই হোক, মেদ তো কমাতে-ই হবে!

> কিন্তু কেন মেদ কমাতে হবে? কেন বার্‌বি এত চিকন? কেনই বা এই যুগে চিকন শরীর এত কাম্য? বিয়ের পাত্রী বলুন আর সিনেমার নায়িকা বলুন, একটা সময় তো আমাদের দেশে স্বাস্থ্যবান, ভরা শরীরের নারীরাই সুন্দরী হিসেবে বিবেচিত হতো তাহলে কেন চিকন হওয়ার ইঁদুর দৌড়ের সাম্প্রতিক এই প্রবণতা? যত দোষ নন্দ ঘোষ; এখন মেদই যেন সব সমস্যার মূল। এর কারণ কী?

বিভিন্ন নারীবাদীদের বিশ্লেষণ থেকে জানতে পারি যে, পশ্চিমা শরীর-মন, প্রকৃতি-সংস্কৃতি, যন্ত্র-জীবন ইত্যাদি বৈপরিত্যের সীমানার ওপরে দাঁড়িয়ে আছে আধুনিকতা ও পুরুষতন্ত্র।[২১] আধুনিক পশ্চিমা দর্শনে নারীকে প্রকৃতির রহস্যময়তা আর পুরুষকে সংস্কৃতির যৌক্তিকতার সঙ্গে মিলিয়ে দেখা হয়। নারী তাই নিয়ন্ত্রণের উপাদান আর পুরুষ নিয়ন্ত্রণকারী। এই পরিপ্রেক্ষিতে নিজ শরীরে প্রযুক্তি ব্যবহার করে ইচ্ছেমতো আকার-আকৃতি দেওয়া, শরীরে প্লাস্টিক সার্জারির মাধ্যমে নকল অঙ্গ প্রতিস্থাপন, প্রকৃতি-সংস্কৃতির সীমানাকে চ্যালেঞ্জ করতে পারে।[২২] বলা হয় বার্‌বির শরীর অতিরিক্ত চিকন হলেও এটি ফিটনেস এর আদর্শ এক মজবুত শরীর। বার্‌বি সেক্সি কিন্তু অবলা নয়, শক্তিশালী ও স্বাধীন। কেননা নিরন্তর ভোগের হাতছানিকে অবজ্ঞা করে তার চিকন শরীর প্রকৃতির ওপর নিয়ন্ত্রণের গৌরব প্রকাশ করে। তাহলে মন/শরীরের বা প্রকৃতি/সংস্কৃতির প্রথাগত এই বৈপরিত্যের সীমা ভাঙলে কি ভাঙা সম্ভব হতে পারে এর ওপর দাঁড়ানো পুরুষতন্ত্রকেও? কিন্তু আমরা তো দেখি পুঁজিবাদ ও পুরুষতন্ত্র এ ধরনের শক্তিশালী নারীবাদী চিন্তাভাবনাকে ভিন্ন খাতে বিশ্লেষণ করে পকেটে ভরে ফেলে। যেভাবে সৌন্দর্য প্রতিযোগিতার নারীবাদী সমালোচনা পুরুষতন্ত্রের কুক্ষিগত হয়ে যায় নারীর ক্ষমতায়নের দোহাই দিয়ে, তেমনিভাবে মেদমুক্তিকে নারীমুক্তির সমার্থক করে তুলে নারীর ওপরে লিঙ্গীয় শরীরের আদর্শের মুলা ঝোলানো

হয়। মেদকে তাই নারীবাদী ইস্যু হিসেবে ঘোষণা দিয়ে সত্তরের দশকে আলোড়ন তোলেন মনোবিশ্লেষক ওরবাক। তিনি মেদকেন্দ্রিক মোহাচ্ছন্নতার মূলে চিহ্নিত করেন পুরুষালি জগতের নারী আদর্শকে। তাই বলতে পারি সব সমস্যার মূলে মেদকে চিহ্নিত করার কারণ ক্ষমতায়ন বা ব্যক্তি-স্বাধীনতা নয়, পুরুষতান্ত্রিক সংস্কৃতিতে স্বীকৃতি এবং গুরুত্ব পাওয়ার আকাঙ্খা।[২৩]

অতিচিকন হওয়ার এই আর্দশ, বর্তমানের দ্বন্দ্বময় পুঁজিবাদী অর্থনীতির সঙ্গে যুক্ত।[২৪] প্রশ্ন হলো, বর্তমানের পুঁজিবাদের দ্বন্দময় রূপটি তাহলে কেমন? বার্‌বি যেমন একবার হাতছানি দেয় পিৎজা পার্টির আহবান নিয়ে, তো আরেকবার হাজির হয় ওজন মাপার যন্ত্র আর না-খাওয়ার উপদেশ নিয়ে, ঠিক তেমন। পুঁজিবাদী বাণিজ্যের কল্যাণে আমাদের হাতের কাছে হাজারো জাঙ্ক ফুডের হাতছানি। অন্যদিকে তা খেয়ে মোটা হলেও সমস্যা নেই, চর্বি কমানোর হাজারো পণ্য মজুদ। তাই মেদ এখন শুধু নারীবাদী ইস্যু নয়, অনেক বড় বাণিজ্যিক ইস্যু। যুক্তরাষ্ট্রে বাৎসরিক অন্তত আটত্রিশ বিলিয়ন ডলারের ব্যবসা পরিচালিত হয় স্রেফ মেদকে পুঁজি করে।[২৫]

বার্‌বির চিকন শরীরের আদর্শ এবং এর ভয়াবহ প্রভাবের কারণে এটি যে সমালোচনার মুখে পড়েনি, তা কিন্তু নয়। বরং বার্‌বি বিশ্বের সবচেয়ে জনপ্রিয় এবং একইসঙ্গে সবচেয়ে বিতর্কিত পুতুল। ক্রমবর্ধমান না খাওয়ার বিপত্তিতে বার্‌বির শরীরী আদর্শের নেতিবাচক প্রভাব নিয়ে অনেক তর্ক-বিতর্ক হয়েছে। না খাওয়ার এই বিপত্তির প্রভাবক হিসেবে বার্‌বিকে দায়ী করা হলে বার্‌বি উৎপাদকের তরফের যুক্তি হলো: বার্‌বির দেহ অতি চিকন হলেও তা কিন্তু অ্যানোরেক্সিক নারীর মতো নয়। অ্যানোরেক্সিক শরীর তো যৌন বিরুদ্ধ, কঙ্কালসার, নারী শরীরের সাধারণ কাঙ্খিত আকারকে তা একভাবে চ্যালেঞ্জ করে। বিপরীতে বার্‌বি অতি যৌন আবেদনময়ী। বার্‌বি পেলব নারী শরীরের কাঙ্খিত আকারের আদর্শ।[২৬] তবে বার্‌বি পক্ষের এত শত যুক্তিতে যখন কাজ হয় না, তখন ম্যাটেল কোম্পানি বার্‌বির আকারকে কিছুটা সংশোধনের উদ্যোগ নেয়।



বার্বির আগের চিকন কোমর ও পরের, তুলনামূলকভাবে প্রশস্ত কোমর

প্রতিকূল পরিবেশে মানিয়ে নিতে ১৯৯৭ সালে বার্বির দেহের আকার পরিবর্তন করা হয়। সমালোচনা মোকাবেলায় বার্বির কোমরকে আরেকটু প্রশস্ত করা হয়। ম্যাটেল থেকে এর যুক্তি হিসেবে বলা হয়, এই নতুন শরীর বর্তমানের ফ্যাশন ডিজাইনের সঙ্গে অধিকতর মানানসই। আসল কথা হলো, যেদিকে বৃষ্টি পড়ে সেদিকে ছাতাটি ধরতে পারে বলেই বার্বি প্রবল প্রতাপের সঙ্গে টিকে আছে। বার্বি শরীরের পরিবর্তিত ইমেজ ও এর বিশ্লেষণ আপাত ভিন্ন মনে হলেও শেষমেষ তা আমাদের একটি সিদ্ধান্তের দিকে ঠেলে দেয়। আর তা হলো এটি একুশ শতকের পুরুষতান্ত্রিক পুঁজিবাদী ব্যবস্থায় নারীর সবচেয়ে কাঙ্খিত শরীর।

৪ ভোগবাদের খেলা

বার্বি একটি আইকন; একটি বিশেষ চিহ্ন। এই চিহ্নের অর্থ বুঝতে হবে বর্তমান সময়ের পুঁজিবাদী ভোগবাদের পরিপ্রেক্ষিতে। পঞ্চাশ বছর ধরে বার্বি পৃথিবীর সবচেয়ে জনপ্রিয় পুতুল হিসেবে প্রতিষ্ঠিত। বাংলাদেশের মতো তৃতীয় বিশ্বের দেশে মফস্বলের যে কোনো মুদি দোকানে দামি পুতুল বার্বি না পাওয়া গেলেও এর নকল বা ইমেজযুক্ত পেন্সিল, শার্পনার, স্টিকার ইত্যাদি পণ্য পাওয়া যাবে। বার্বি এই সময়ের ভোগের প্রতীক। এর বিস্তৃতি বিশ্বজোড়া। প্রতি সেকেন্ডে গোটা বিশ্বের কোনো না কোনো স্থানে দুইটি বার্বি পুতুল বিক্রি হচ্ছে। যুক্তরাষ্ট্রের মোট জনসংখ্যারও বেশি বিক্রি হওয়া

বার্বি প্রতি বছর ম্যাটেলকে এনে দেয় ৩.৩ বিলিয়ন ডলার।[২৭]

বার্বি কেনার একটি বিশেষ দিক হচ্ছে, এটি কেনা মানে কেবল একটি পুতুল কেনা নয়, একে নিয়ে খেলতে গেলে কিনতে হয় এর জগতকেও। যেটি বার্বিকে নিয়ে খেলার অবিচ্ছেদ্য অংশ। বার্বি বাণিজ্য বুঝতে গেলে আমাদের উল্টেপাল্টে দেখতে হবে ভোগবাদের জগতে বার্বির কেনাকাটার বিস্তৃত পরিসরকে। বার্বির কেনাকাটার পরিসরকে আমি এখানে দুইভাগে দেখছি। প্রথমত আসবে স্ট্যাটাস আইকন বার্বি কেনার অর্থ। যেখানে এই বিশেষ পণ্যটি বিশেষ অর্থ নিয়ে শ্রেণীগত মর্যাদার প্রতীক হয়ে ওঠে। দ্বিতীয়ত, ভোগবাদী সমাজের যথার্থ প্রতিনিধি হিসেবে বার্বিকে বিশ্লেষণ করব। এই অংশে তুলে ধরব ম্যাটেল দ্বারা নির্মিত বার্বির নিজস্ব ক্রেতা চরিত্র যা পণ্য ও ক্রেতার মধ্যকার পার্থক্যকে অস্পষ্ট করে দেয়; আর তুলে ধরব বার্বির ভোগবাদী চরিত্র যা ক্রেতার মানসিকতাকে আচ্ছন্ন করে তোলে।

৪.১ বার্বি: মেয়েদের স্ট্যাটাস আইকন

বার্বি পুতুল স্ট্যাটাসের প্রতীক, পশ্চিমা ধনী দেশে তো বটেই, তৃতীয় বিশ্বের দেশ বাংলাদেশেও। বার্বির মালিকানা মেয়েশিশুর জন্য স্রেফ সুন্দর একটি পুতুল নিয়ে ভবিষ্যতের স্বপ্ন বোনার খেলনা নয়। বার্বির মালিকানা শ্রেণীগত গৌরবের বিষয়। বাংলাদেশে বর্তমানে মধ্যবিত্ত-উচ্চমধ্যবিত্ত এমন কোনো মেয়েশিশু পাওয়া মুশকিল, যে বার্বির সঙ্গে পরিচিত নয়। কার কয়টা বার্বি আছে? বার্বির সঙ্গী-সাথী, আসবাব, পোশাক ইত্যাদি কয়টা করে আছে? বার্বির নতুন সংস্করণের তথ্য কার সবচেয়ে বেশি আয়ত্বে? এই সব প্রশ্নের উত্তর নির্ধারণ করে দেয় কোন শিশু কত বেশি স্মার্ট, কত বেশি স্ট্যাটাস তার।

কেনাকাটার এই যুগে আমরা কী কিনি তা দিয়েই প্রকাশিত হয় আমরা কে, আমরা কী এবং আমরা কোথা থেকে এসেছি। মার্ক্সের মতো করে পণ্যকে আজ আর কেবল 'ব্যবহার মুল্য' ও 'বিনিময় মুল্য' দিয়ে সংজ্ঞায়িত করা

যায় না।[২৮] পণ্য একটি চিহ্ন, যার রহস্যময় অর্থ নিহিত থাকে এর বিজ্ঞাপনে।[২৯] আমরা শুধু পণ্য কিনি না, কিনি তার অন্তর্নিহিত অর্থকেও। আর এভাবেই বিজ্ঞাপন শিল্প শিশুদের সামনে একেক রকম খেলনার একেক অর্থ তৈরি করে।

মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে প্রতি বছর সতের বিলিয়ন ডলার ব্যয় করে বিজ্ঞাপন ও মার্কেটিং ইন্ডাস্ট্রি শিশুদের পরিচিতি ও স্বপ্ন তৈরি করে দেয়। বিজ্ঞাপন ও বাণিজ্যে 'শৈশব' হচ্ছে সবচেয়ে বড় বেচাকেনার পণ্য। ভোক্তা হিসেবে শিশুরাই এখন সবচেয়ে বড় টার্গেট। বার্বি ব্র্যান্ডের জেনারেল ম্যানেজারের ভাষায় সারা বিশ্বের বিভিন্ন প্রান্তের বিভিন্ন বয়সী মেয়েশিশুদের মনোস্তাত্ত্বিক তথ্যের বিশাল ভাণ্ডার রয়েছে ম্যাটেলের। ম্যাটেল বাচ্চাদের জন্য তৈরি করেছে কিছু গবেষণাগার যেখানে তাদেরকে দ্বিমুখী আয়না দিয়ে পর্যবেক্ষণ করা হয়। ত্রিশ জনের একটি মনোস্তাত্ত্বিক দল রয়েছে ম্যাটেলের, যারা প্রতি বছর এক লাখ শিশুর পছন্দ-অপছন্দের খাবার, টিভি প্রোগ্রাম, কম্পিউটার গেমস ইত্যাদি বিষয়ে সাক্ষাৎকার নেয়। সমাজ যদি মানব মন গঠন করে, যদি শৈশবে বোধ হওয়ার কালে তৈরি হয় মানসিকতা[৩০] তাহলে ভোগের এই যুগে ঠিক সেই সময়টাই পুঁজিবাদী ভোগবাদের টার্গেটে পরিণত হয়। লক্ষ্য হচ্ছে সেই মানবশিশুকে সারাজীবনের জন্য ভোগের অধীন করে রাখা। তার ভোগী মানসিকতা সারা জীবনের জন্য নিশ্চিত করা। ব্র্যান্ড দ্বারা পরিচিতি গঠনের পুঁজিবাদী কর্পোরেট বাণিজ্যের এই জগতে কথা বলতে শেখার আগেই শিশুরা টার্গেট হয়ে ওঠে। যুক্তরাষ্ট্রের বাচ্চারা জন্মের আঠারো মাসের মধ্যেই পণ্যের লোগো চিনে যায়। দুই বছরে পা দেওয়ার আগেই লোগো নাম দেখে তারা পণ্য কিনতে চায়, তিন/সাড়ে তিন বছরে এসে সে বিশ্বাস করতে শুরু করে যে ব্র্যান্ড নেম তাদের নিজ পরিচিতি প্রকাশ করে (যেমন তারা স্মার্ট, cool ইত্যাদি)।[৩১]

আপাত দৃষ্টিতে মনে হতে পারে তৃতীয় বিশ্বের দেশ হিসেবে আমাদের বাচ্চারা এর থেকে দূরে আছে। বাস্তবতা কিন্তু তা নয়। বিশ্বায়নের এই যুগে

বিশ্বনাগরিক হয়ে ওঠার প্রধানতম একটা উপায় হলো, প্রান্তে বসেই পশ্চিমা হয়ে যাওয়া। আসল কথা হচ্ছে, তৃতীয় বিশ্বের বাসিন্দা হয়েও তুমি যদি ইউরোপ-আমেরিকার ব্র্যান্ডের পোশাক পরে তাদের মতো উচ্চারণে ইংরেজিতে কথা বলতে পারো, তাদের মতো জীবনযাপন করতে পারো, তাহলে তুমি অভাগা দেশের নাগরিক নও, বিশ্বনাগরিকের মর্যাদা পেতে পারো। সে জন্য কী প্রয়োজন? সহজ পথ হচ্ছে প্রথম বিশ্বের পণ্যের ও সংস্কৃতির ক্রেতা হয়ে যাওয়া। তাই বার্বির অসংখ্য কমদামী নকল পুতুল সৌন্দর্য, ফ্যাশন, ভোগ ও যথার্থ নারীত্বের প্রতীক বার্বির সমকক্ষ হতে পারে না। অসংখ্য নকল সত্ত্বেও একমাত্র বার্বিই মেয়েশিশুর যথার্থ শ্রেণীগত ও লিঙ্গীয় পরিচিতির নির্ধারক হয়ে যায়। আর তা নিয়ে সে দখল করে নেয় শিশুর স্বপ্ন ও ভবিষ্যতের পরিচিতি।

৪.২ বার্বি: ভোগবাদী সমাজের আইকন

দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধোত্তর যুক্তরাষ্ট্রের পরিবর্তিত সামাজিক প্রেক্ষাপটে সমাজ গবেষক থেকে শুরু করে অপরাধ বিজ্ঞানী বা বাজার বিশ্লেষক সকলের মনোযোগের কেন্দ্রে পরিণত হয় 'টিন এজ'। এই প্রেক্ষাপটে বার্বির ভুমিকা বেশ দ্বন্দ্বময়। তাই একদম শুরুতে ডোরাকাটা সুইমস্যুট পরা বার্বি কন্যাশিশুর অভিভাবকের দৃষ্টিতে দেখতে বেশ কিছুটা উগ্র হলেও খুব দ্রুত তাকে রক্ষণশীল মধ্যবিত্ত 'ভালো' মেয়ে হিসেবে পরিচিতি দেওয়া হয়। টিনএজারদের সদ্যপ্রাপ্ত যৌনমুক্তির রাশ টেনে ধরে বার্বির এই পরিবর্তিত ইমেজ মধ্যবিত্ত মূল্যবোধকে একভাবে আবার প্রতিষ্ঠা করে। সে সময়কার জনপ্রিয় কিশোর পত্রিকা, টিভি শো, বিজ্ঞাপন ও চলচ্চিত্র মধ্যবিত্ত 'ভালো' টিনএজারের বিপরীতে শ্রমিক শ্রেণীর বখে যাওয়া 'খারাপ' টিনএজার পরিবেশনের মাধ্যমে শ্রেণী মূল্যবোধ প্রতিষ্ঠা করে তুলতে কাজ করে গেছে। তাই সেক্স নয়, সেক্সি হয়ে ওঠাই বার্বির মূল বিনোদন যা পূরণের স্থান হচ্ছে শপিং সেন্টার। বার্বি 'ভালো' মেয়ে হয়ে ওঠে, যে শ্রমিক শ্রেণীর বখাটে টিনএজারের মতো যৌন সম্পর্কে না হয়ে, পুলকিত হয় অসীম কেনাকাটায়।



বার্বির নিরন্তর চাহিদা ও বাজারে তার যোগানের কিছু উদাহরণ

বার্বির প্রধান ভালোবাসা কেনাকাটা। ফ্যাশন মডেল কি শিক্ষক, অলিম্পিক এ্যাথলেট কি ডাক্তার, পেশা যাই হোক না কেন, বাসনা বার্বির একটিই, তা হলো কেনাকাটা। ১৯৯২ সালে 'টিন টক বার্বি'র বাক্যের ঝুড়িতে অর্ন্তভুক্ত থাকে 'Will we ever have enough clothes?' 'I love shopping!' 'Wanna have a pizza party' এবং 'Maths class is tough!'।

স্নায়ুযুদ্ধের সন্তান বার্বি ভোগকে জীবনের সবচেয়ে আনন্দময় বিষয় হিসেবে তুলে ধরে। বার্বি বুদ্ধি করে ভোগবাদের দালালি করে; পুঁজিবাদের জন্য যা যা প্রয়োজন, তার সবকিছু করে যায়। ম্যাটেল বহু যত্নে বার্বির কেনাকাটার এই প্রীতি জিইয়ে রেখেছে। বার্বির কেনাকাটার জন্য গোটা একটি শপিং মলের যোগানদারও ম্যাটেল। আর এখন 'গেইম গার্ল বার্বি' নামে যে সব কম্পিউটার গেইমস্ পাওয়া যাচ্ছে, তাতে বার্বি কেনাকাটা করতে থাকে শপিং সেন্টারে। এই খেলায় জয়ী হওয়ার জন্য শুধু কেনাকাটায় বিশেষ পারদর্শীতা প্রয়োজন।[৩২]

গুরুত্বপূর্ণ হলো, বার্বি পণ্য ও ক্রেতার পার্থক্যকে ঝাপসা করে দেয়। কেননা বার্বি কেনা মানে কেবল একটি পণ্য কেনা নয়, একজন ক্রেতা

কেনা, যার নিরন্তর চাহিদা মেটাতে হয় বার্‌বি মালিককে। একটি বার্‌বি কিনে এ সংক্রান্ত কেনাকাটা শেষ হয়ে যায় না। বরং একটি বার্‌বি কেনার মানে হচ্ছে কেনাকাটা ও ভোগের জগতে প্রথম পা ফেলা। যেমন করে ক্রেতা একটি বড় শপিং মল্‌-এ প্রথম পা ফেলে ঠিক তেমনি।[৩৩]

যুক্তরাষ্ট্রের একজন আদর্শ ভোগী কিশোরীর যা-যা থাকতে পারে, তার সবই বার্‌বির জন্য বাজারে আছে। পোষাকের সঙ্গে মানানসই স্যান্ডেল, হাতব্যাগ, শোবার ঘরের আসবাব থেকে শুরু করে বাহন, বার্‌বির যাবতীয় প্রয়োজন পূরণ করার ক্ষুদে উপকরণ দোকানে প্রস্তুত। প্রয়োজনগুলো তৈরি করে দেয় বিজ্ঞাপন, মেটায় বার্‌বি মালিকের বাবা-মা।

শুধু বস্তুগত প্রয়োজন নয়, বার্‌বির মনের চাহিদা মেটানোরও সুব্যবস্থা আছে। পঞ্চাশ বছরে বার্‌বিকে সঙ্গ দেওয়ার জন্য উৎপাদিত হয়েছে এক ভাই-পাঁচ বোনের পরিবার, তিয়াত্তরটি বন্ধু-বান্ধব, দুইজন কাজিন, গুরুত্বপূর্ণ বন্ধুর পরিবার ও তাদের বন্ধুবান্ধব, চল্লিশেরও বেশি পোষা পশুপাখি এবং একমাত্র ছেলে বন্ধু কেন্‌ (বার্‌বি তো 'ভালো' মেয়ে তাই তার ছেলে বন্ধু একটিই! এবং সেই একই ছেলে)। প্রতি বছর বার্‌বি নতুন রূপে, নতুন পরিচয়ে আবির্ভূত হয়, তৈরি হয় নতুন নতুন চাহিদা।[৩৪]



বার্‌বি, তার ছেলেবন্ধু কেন্‌ — অন্যান্য বন্ধু-বান্ধব

বার্বিচক্রে পড়লে ফুরায় না এর মালিকের ক্রয়ের বাসনা। সযত্নে রক্ষিত থাকে ও বেড়ে ওঠে শিশুর ভোগী মানসিকতা। বার্বির উদ্দেশ্য নাকি ছোট্ট মেয়েদের স্বপ্ন দেখানো। বলা বাহুল্য, এই স্বপ্ন শুধু ভোগী ও ভোগের উপকরণ হয়ে ওঠার স্বপ্ন, উৎপাদনশীল কিছু হয়ে ওঠার নয়।

৫ যত সংস্কৃতি তত বার্বি

বার্বি এযুগের বহুসংস্কৃতিবাদী রাজনীতির প্রতিচ্ছবি। ১৯৬৭ সালে বর্ণবাদের অভিযোগের সমালোচনার মুখ বন্ধ করতে বাজারে ছাড়া হয় বার্বির কালো বান্ধবী 'কালার্ড ফ্র্যান্সি'। এ সময় মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের সবচেয়ে ভয়াবহ বর্ণবাদী দাঙ্গা ঘটে, মার্টিন লুথার কিং-কে হত্যা করা হয়। ব্যবসা সফল না হওয়ায় পরের বছর আসে আরেক কালো বান্ধবী 'ক্রিস্টি'। এটাও বাজারে খুব একটা চলে না। ১৯৮০ সালে এসে অবশেষে ম্যাটেল সিদ্ধান্ত নেয় আফ্রিকান স্টাইলের চুলসহ কালো বার্বি ছাড়ার, যদিও শক্তিশালী মার্কেটিংয়ের অভাবে নাকি এটাও বাজারে তেমন চলেনি। আশির দশকে ফ্যাশন ইন্ডাস্ট্রিতে কালো ও অন্যান্য জাতিসত্তার ফ্যাশন মডেলের জনপ্রিয়তা এবং বহুসংস্কৃতিবাদী হাওয়া বুঝে শুধু কালো নয়, নানা জাতিসত্তার নারীরূপে বার্বিকে জন্ম দেওয়ার সিদ্ধান্ত নেয় ম্যাটেল। যাতে কালো মধ্যবিত্ত শ্রেণীতেও বার্বির বাজার বিস্তৃতি ঘঠে। বাজারে ছাড়া হয় স্প্যানিশ বার্বি, জামাইকান বার্বি, মালয়েশিয়ান বার্বি, ভারতীয় শাড়িপড়া বার্বি। উপরন্তু, বার্বির বন্ধু-বান্ধবের তালিকায় নানা জাতিসত্তার পুতুল আসতে থাকে।[৩৫] এতে বহুসংস্কৃতিবাদী হিসেবে সুনাম কুড়ানোও হলো আবার বার্বির বাজার বিস্তারও হলো! বহুসংস্কৃতিবাদী বার্বি এভাবে এক ঢিলে দুই পাখি মারে। বার্বির বিজ্ঞাপনে হরহামেশাই দেখানো হয় বার্বি নিয়ে খেলনারত এশিয়ান, হিসপ্যানিক বা আফ্রিকান আমেরিকান মেয়েশিশুকে।

ম্যাটেলের প্রোডাক্ট ম্যানেজার এবং বার্বির প্রধান ফ্যাশন ডিজাইনার দুজনেই কৃষ্ণাঙ্গ নারী; উভয়ই কালো মেয়েদের আত্মমর্যাদাশীল করে তোলার উপায় নিয়ে লেখা বই 'Different and Wonderful: Raising

Black Children in a Race-Conscious Society'এর লেখক প্'ওয়েল হপসনকে কনসালটেন্ট হিসেবে নিয়োগ দেওয়ার সুপারিশ করে এই পরিপ্রেক্ষিতে কালো মেয়েদের জন্যে কনসালট্যান্টের পরামর্শ মতে, ম্যাটেল শুধু গায়ের রঙ দিয়ে নয়, নতুন আকারে ভিন্ন নামে কালো বার্বির জন্ম দেয়। ম্যাটেল দাবি করে এর শরীরের কাঠামোও অনেকটা আফ্রিকান আমেরিকানদের কাছাকাছি। যদিও শ্বেতাঙ্গ বার্বির চেয়ে নিম্নাঙ্গ আরো বেশি চিকন করা ছাড়া এর কোনো গুণগত পরিবর্তন করা হয়নি।[৩৬] এই ভিন্নতা দিয়ে বার্বির বিকৃত যৌনবাদী শরীরের কোনো হেরফের তো হয়ই না, বরং আরো বেশি বিকৃত করে কালো বার্বিকে উপস্থাপন করা হয়।

কালো শিশুদের ভোক্তা বানানোর লক্ষ্যে বড় যত্ন করে বর্ণ ও জাতিতাত্ত্বিক ভিন্নতাকে পণ্য করে তোলে দানব খেলনা কোম্পানি ম্যাটেল। প্রশ্ন আসে তাহলে কি এই বৈচিত্রের মধ্য দিয়ে বার্বি শ্বেতাঙ্গ সুন্দরীর আদর্শ থেকে সরে আসে? না, মোটেই নয়। কেননা এতসব বৈচিত্রময় বার্বির ভিন্নতা



আফ্রিকান, আরব ও ভারতীয় বার্বি

কিন্তু শুধুই গায়ের রঙ এবং পোশাকে, আর কিছুতেই নয়। তুলনামূলকভাবে অপেক্ষাকৃত খাটো পূর্ব ও দক্ষিণ এশীয় মানুষদের প্রতিনিধি বার্বিও সেই একই রকম লম্বা, ছিপছিপে, বেশিরভাগ ক্ষেত্রে চোখের রঙও নীল। সব বার্বিই মূল ফ্যাশন মডেল শ্বেতাঙ্গ বার্বির পোশাক অদলবদল করতে

পারে। সব ভিন্নতা মেয়েলি সৌন্দর্যের একটি ছোট পরিসরের মধ্যেই সীমিত। এরা সবাই পশ্চিমা অধিপতি আদর্শ ও মূল্যবোধ অনুসরণ-করা মেয়েলি। বহুসাংস্কৃতিক ভিন্নতা এখানে স্রেফ বাণিজ্যিক লাভের বিষয়, বেচাকেনার পণ্য মাত্র।

আসলে ভিন্নতার প্রতি সহনশীলতার বাণী নিয়ে সাম্প্রতিককালের যে বহুসংস্কৃতিবাদের আগমন, তা কিন্তু রাজনৈতিক ইতিহাসের প্রেক্ষাপটে বিশ্লেষণের দাবীদার। কেননা মানব সমাজের ইতিহাসে বহু সংস্কৃতির শান্তিময় সহ-অবস্থানের উদাহরণ নতুন নয় পৃথিবীর নানা সমাজের মতো ভারতীয় উপমহাদেশে এবং আমাদের এই বাংলা অঞ্চলেই অতীতে ভিন্ন জাতি, ভিন্ন ধর্ম ও ভিন্ন ভাষা নিয়ে সহাবস্থানের নজির আছে।[৩৭] কিন্তু যুক্তরাষ্ট্র বা ইউরোপে নতুনভাবে বহুসংস্কৃতিবাদের উত্থান উপনিবেশ আর দাসত্বের ইতিহাসের সঙ্গে যুক্ত। যুক্তরাষ্ট্রের নেটিভ আর কালো মানুষদের অর্ন্তভূক্তির সমস্যা দূর করার একটা পথ খুলে দেয় বহুসংস্কৃতিবাদ। 'ভিন্ন কিন্তু সমান' এই স্লোগানে কালোদের জন্য, নেটিভদের জন্য আলাদা স্কুল, চার্চ সহ আলাদা এলাকা তৈরি হয়ে যায়, যা কিনা প্রকারান্তরে তাদেরকে মূল ধারা থেকে একপাশে সরিয়ে রাখে। চলমান বর্ণবাদী সামাজিক আচরণের পাশাপাশি চলে বহুসংস্কৃতিবাদের ভণ্ডামি। বহুসংস্কৃতিবাদের বর্তমান ধারণা অসাড়, কেননা এটি পশ্চিমের উৎকৃষ্টতাকে ধারণ করে রাখে। এই বহুসংস্কৃতিবাদ এমন ভাবে প্রস্তাবিত হয়, যেন এটি শ্বেতাঙ্গ সমাজের তরফ থেকে অন্যদের জন্য একটি উপহার। বর্তমানের এই বহুসাংস্কৃতিক প্রপাগান্ডা ভিন্নতাকে, অন্য জাতিসত্তাকে পণ্যে পরিণত করে। ভিন্নতা এখন বর্তমানের শিল্প-সাহিত্যে, যাদুঘরে এবং সর্বোপরি বাজারে সবচেয়ে গরম বিক্রয়যোগ্য পণ্য। বলা বাহুল্য বার্বি এর সবচেয়ে যথার্থ উদাহরণ।

৬ শেষের কথা

মেয়ের জন্মদিনে আত্মীয়-বন্ধুবান্ধবেরা কী উপহার দেবে তা জানতে চাইলে বলি, আর যাই হোক বার্বি নয়। সবাই জিজ্ঞাসা করে কেন? কি ক্ষতি বার্বিতে? ও তো একটা পুতুল মাত্র। কিন্তু না, আমি একলা

নই। বিশালবক্ষা বার্বির শরীর নিয়ে বাচ্চাকে খেলতে দেখাটা অনেক মা-বাবার কাছেই স্বস্তিকর নয়।

আর তাই পুঁজিবাদী ভোগবাদ আর শক্তিশালী লিঙ্গীয় মতাদর্শ প্রতিষ্ঠায় বার্বির দক্ষতা সত্ত্বেও বার্বি বারে বারেই প্রতিরোধের মুখে পড়ে।[৩৮] যেমনভাবে ম্যাটেলের 'ভালো' মেয়ের সীমানা ধরে রাখার শত চেষ্টা সত্ত্বেও বার্বির নানামুখী ব্যবহার[৩৯] এই সীমানাকে চ্যালেঞ্জ করেছে। বার্বিকে নিয়ে জনপ্রিয় বিদ্রুপাত্মক গান গাওয়ায় সুইস ব্যান্ড একোয়ার-এর বিরুদ্ধে মামলা করেও ম্যাটেল হেরে যায়।[৪০] বার্বির অতিরিক্ত মেয়েলিপনা শিশুদের কাছেও অসহনীয় হয়ে দাঁড়ালে শিশুরা একে বাথরুমের কমোডে ফেলে দেয়, মাইক্রোওয়েভ ওভেনে পোড়ায় বা কুচি কুচি করে কাটে এমন নজিরও আছে।[৪১]

প্রশ্ন করি, এতসব প্রতিরোধ, ব্যঙ্গ-বিদ্রুপ, বর্জন দিয়ে যৌনবাদী ভোগের আইকন বার্বির প্রভাব-প্রতিপত্তি কি ঠেকানো যায়? ঠেকানো কি যায় বার্বি সাম্রাজ্যের প্রসার? নিজে হয়ত না কিনলাম, আত্মীয়-বন্ধুদেরও নিষেধ করলাম, কিন্তু একটু বড় হলে আমার মেয়ে কি বন্ধুদের এই গর্বের ধন দেখে ঈর্ষাতুর হবে না? বার্বি স্বপ্নের অঙ্কুরোদ্গম কি এভাবে ঠেকানো যায়? বার্বি তো পুঁজিবাদী ভোগবাদ আর পুরুষতান্ত্রিক আধিপত্যের একটি প্রতীক মাত্র। বার্বিকে বর্জন করলেই কি এসব আধিপত্যকে চ্যালেঞ্জ করা যায়?

এতসব প্রশ্নের উত্তরে একবাক্যে শুধু বলতে পারি, পুতুলখেলার রাজনীতিতে বার্বির স্বরূপ উন্মোচন ও এর প্রতিরোধ প্রকারান্তরে এক নিরন্তর লড়াই; এ লড়াই পুরুষতন্ত্র, ভোগবাদ, পুঁজিবাদের বিরুদ্ধে।

পাদটীকা

১. শ্রেণীভেদে পুতুলখেলার উপাদান, আয়োজন, পুতুলের ভূমিকা এবং পুতুলখেলার জনপ্রিয়তার ক্ষেত্রেও ভিন্নতা থাকে, সেই সঙ্গে শৈশবের অর্থ ও

ব্যাপ্তিরও ভিন্নতা থাকে।

২. J. Urla and A. C. Swedlund, 'The Anthropometry of Barbie: Unsettling Ideals of the Feminine Body in Popular Culture' in L. Schiebinger (ed.), *Feminism and the Body* (New York: Oxford, 2000).

৩. 'Barbie celebrates 50th anniversary and toy world dominance,' *UK Telegraph*, January 01, 2009 http://www.dollgenie.com/newsletter/।

৪. উরলা ও সোয়েডলুন্ড (২০০০), পূর্বোক্ত, পৃ. ৩৯৯।

৫. উরলা ও সোয়েডলুন্ড (২০০০), পূর্বোক্ত, পৃ. ৪০৪।

৬. J. Leavy, 'Is There a Barbie Doll in Your Past?' *Ms*, September 1979:102।

৭. Sandra Lee Bartky, *Femininity and Domination* (London: Routledge, 1990)।

৮. জার্মান জনপ্রিয় পত্রিকা 'বিল্ড' পরিচিত তার ডানপন্থী ও একইসঙ্গে পপুলিস্ট রাজনৈতিক অবস্থানের জন্য। ১৯৬৭-এর পরবর্তী সময়ে জার্মান ছাত্র আন্দোলনের বিরুদ্ধে এর অবস্থান স্পষ্ট ছিল। প্রায় প্রতি দিন এর প্রথম পৃষ্ঠায় টপলেস নারীর ছবি ছাপানোকে জার্মান নারীবাদীরা সমালোচনা করে। দেখুন, http://en.wikipedia.org/wiki/Bild#Criticism।

৯. দেখুন Sungold, 'Bild Lilli - Proto Barbie and Porno Barbie,' January 27, 2008 http://kittywampus.blogspot.com/2008/01/bild-lilli-proto-barbie-or-porno-barbie.html।

১০. বিতর্কটি দেখুন http://www.dailymotion.com/video/ x6pwxl_richard-nixon-vs-nikita-khrushchev_news ওয়েবসাইট এ।

১১. Calif, 'Barbie Doll Hits 50 with Real Malibu Dream House: Icon Toy Helped Redefine Role of Women to Young Girls', March 9, 2009। http://webstv.com/watercooler/barbie.50.birthday.2.953631.html।

১২. দেখুন F. M. Motz, 'I Want to be a Barbie Doll when I Grow Up: The Cultural Significance of the Barbie Doll' in Cristopher D. Geist and Jack Nachbar (eds.), *The Popular Culture Reader*, 3rd edn

(Bowling Green: Bowling Green University Popular Press, 1983).

১৩. দেখুন http://www.cbsnews.com/stories/2004/07/29/48hours/main632909.shtml।

১৪. Michel Foucault, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, trans. Alan Sheridan (New York: Pantheon, 1977), p. 3।

১৫. Anne Basalmo, 'On The Cutting Edge: Cosmetic Surgery and the Technological Production of the Gendered Body' in N. Mirzoeff (ed.), *The Visual Culture Reader* (London and New York: Routledge, 1998)।

১৬. Ziauddin Sardar, *The A to Z of Post-Modern Life: Essays on Global Culture in the Noughties* (England: Satin Publications, 2002)।

১৭. দেখুন Kim Chernin, *The Obsession: Reflections on the Tyranny of Slenderness* (New York: Harper and Row, 1981)।

১৮. http://tinyurl.com/6z9xmo9; South Carolina Department of Mental Helth, 'Eating Disorder Statistics' http://www.state.sc.us/dmh/ anorexia/statistics.htm।

১৯. ক্যারেন কার্পেনটারকে নিয়ে নির্মিত চলচ্চিত্র 'Superstar: The Karen Carpenter Story'-এ নাম চরিত্রে অভিনয় করানো হয়েছে বার্বি পুতুল এবং সহগায়ক হিসেবে বার্বির ছেলেবন্ধু কেন-কে। এই চলচ্চিত্রে ব্যঙ্গাত্মকভাবে সুখী ও অরাজনৈতিক কিশোর-কিশোরী রূপে এই দুই চরিত্র অভিনয় করে গেছে। দেখুন http://www.angelfire.com/ movies/oc/superstar.html।

২০. 'Bulimia: The Princess Diana Eating Disorder.' http://www.mirror-mirror.org/princess-diana- eating-disorder.htm।

২১. Sherry Ortner, 'Is female to male as nature is to culture?' in M. Z. Rosaldo and L. Lamphere (eds.), *Woman, Culture and Society* (Stanford, CA: Stanford University Press, 1974). Simone de Beauvoir, *The Second Sex* (New York: Vintage Books, 1989)।

২২. প্রকৃতি/সংস্কৃতির দ্বিবিভাজন ভাঙায় নারীর জন্য নতুন পরিসর সৃষ্টির সম্ভাবনা দেখেন ডোনা হারাওয়ে। দেখুন, Donna Haraway, 'A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist Feminism in the Late Twentieth Century' in *Symians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature* (London: Free Association Books, 1991)।

২৩. দেখুন বাসালমো (১৯৯৮) পূর্বোক্ত; বার্টকি (১৯৯০) পূর্বোক্ত।

২৪. Susan Bordo, *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body* (London: University of California Press, 1990); M. C. Counihan, *Anthropology of Food and Body: Gender, Meaning and Power* (New York and London: Routledge, 1999); N. Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used against Women* (New York: William Morrow, 1991)।

২৫. Ziauddin Sardar (2002), পূর্বোক্ত।

২৬. 'Barbie controversies and anorexia nervosa,' 22 December 2005. http://www.syl.com/hb/ thecommonsubjectofbarbiecontroversiesisitsphysicalcharacteristics.html#top।

২৭. http://www.history.com/content/toys/ toys-games/barbie-dolls।

২৮. Tom Bottomore, *A Dictionary of Marxist Thought* (England: Blackwell, 1983)।

২৯. Jean Baudrillard, *For a Critique of the Political Economy of the Sign* (St. Louis: Telos Press, 1981), p. 63. Mike Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism* (London: Sage, 1996), p. 6।

৩০. দেখুন F. Newman and L. Holzman, *Lev Vygotsky: Revolutionary Scientist* (London: Routledge, 1993). H. Daniels (ed.), *An Introduction to Vygotsky* (London: Routledge, 1996)।

৩১. দেখুন Henry A. Giroux, 'Commodifying Kids: The Forgotten Crisis,' Friday 03 April 2009, *Truthout*. http://www.truthout.org/040309J।

৩২. দেখুন http://www.barbie.com/history/story.asp।

৩৩. ভোগের উপায় সংক্রান্ত মার্ক্সীয় ভাবনাকে বিস্তৃত করেন রিটজার এবং স্টিলম্যান। তাঁরা দেখান ভোগের উপায় শুধু পণ্য নয়, যে পরিস্থিতিতে ও যে চরিত্র নিয়ে পণ্য ক্রেতার সামনে উপস্থাপিত হয় তাও ভোগের উপায়। এভাবে তাঁরা পণ্য ও ভোগের উপায়ের মধ্যে পার্থক্য করেন এবং দেখান যে ভোগের উপায় ভোক্তাদের অতি-ভোগের (hyper-consumption) পথে নিয়ে যায়। দেখুন G. Ritzer and T. Stillman, 'The Modern Las Vegas Casino-Hotel: The Paradigmatic New Means of Consumption' in *M@n@gement*, 4 (3 2001), pp. 83-99. G. Ritzer, *The McDonald-ization of Society* (London: Pine Forge Press, 1993)।

৩৪. দেখুন http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Barbie%27s_friends_ and_family।

৩৫. 'Black friends of Barbie' and 'Ethnic Barbie,' August 02, 2009. http://kattisdolls.net/faces/blkfrens.htm।

৩৬. উরলা ও সোয়েডলুন্ড (২০০০), পূর্বোক্ত, পৃ. ৪১৫।

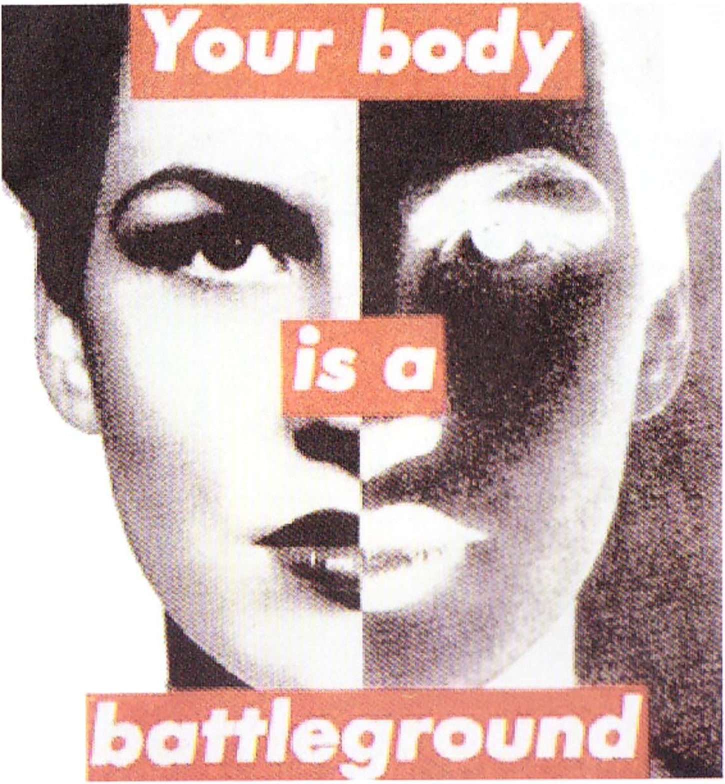
৩৭. এটি উল্লেখ্য যে, পার্বত্য চট্টগ্রামের তিন দশকের রাষ্ট্রীয় নিপীড়ন ও সামরিক দখলের ইতিহাস—বাস্তবের এই ইতিহাস—এই অঞ্চল সম্বন্ধে রচিত 'ভিন্ন সংস্কৃতি' ও 'শান্তিময় সহাবস্থান'-এর ইতিহাস কে চ্যালেঞ্জ করে।

৩৮. *চিন্তা* পত্রিকার সাম্রাজ্যবাদ-বিষয়ক বিশেষ সংখ্যায় (বছর ১৪, সংখ্যা ২, ২০০৬) সাম্রাজ্যবাদের আইকন হিসেবে বারবিকে তুলে ধরা হয়, প্রচ্ছদ ছবি ও ফটো প্রবন্ধের মাধ্যমে। যে সময় বিশ্বজুড়ে এবং বাংলাদেশেও বারবির পঞ্চাশ বছর উদ্‌যাপনের হিড়িক চলছে, প্রায় একই সময় এতে পাই বারবির সাম্রাজ্যবাদী চরিত্রের শক্তিশালী সমালোচনা। পাই সাংস্কৃতিক ভিন্নতাকে পোশাক ও বাণিজ্যের সাহায্যে নির্মাণ করে নারী সৌন্দর্যের আদর্শ—সাদা-ত্বক, নীল-চোখ, সোনালী-চুল—হিসেবে তাকে তুলে ধরার সাম্রাজ্যবাদী প্রকল্পের বিশ্লেষণ। বারবির বিপরীতে মাটির টেপা পুতুলের বিপন্ন প্রতিরোধের সম্ভাবনার কথাও এতে পাই। কিন্তু পুতুলখেলার লিঙ্গীয় রাজনীতির বিশ্লেষণ এখানে অনুপস্থিত।

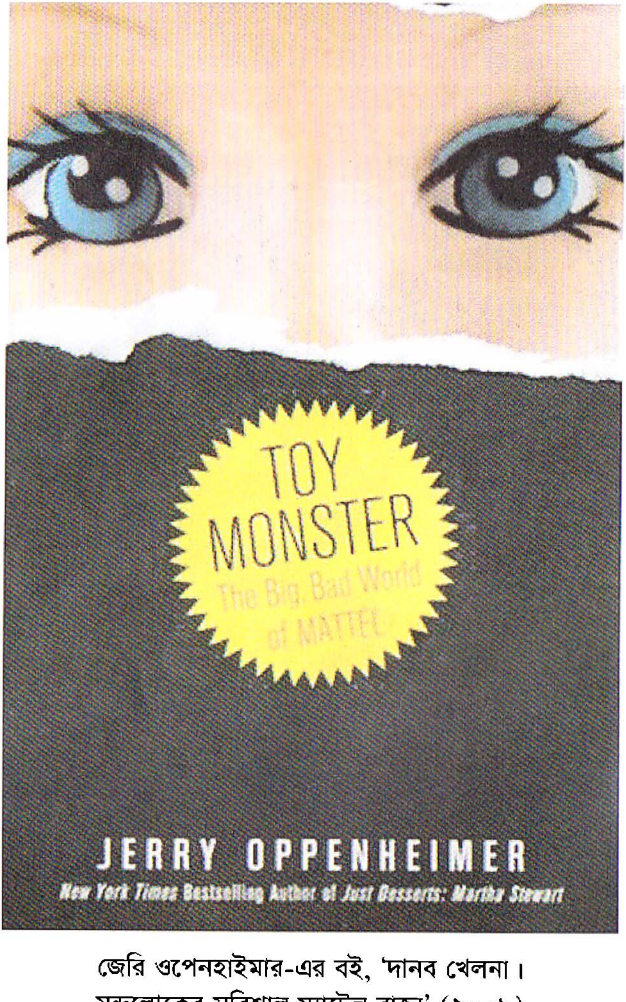
৩৯. সমকামী পুরুষদের ক্লাবে বারবির ডাইনি টাইপের চেহারা নির্মাণ, ড্র্যাগ কুইন গায়িকা হিসেবে পরিচিত রু পলের হিট গান 'সুপারমডেল'-এ বারবির নেতিবাচক পরিবেশন, বারবির মুখে চড়া মেকাপ ও শরীরে ট্যাটু লাগিয়ে উগ্রভাবে উপস্থাপন, বারবি ও কেনকে নিয়ে পর্ণোগ্রাফির বিস্তৃতি ইত্যাদি। দেখুন: http://www.roctober.com/ roctober/ greatness/ rupaul.html; http://www.adventuresinliving.org/ literati/essay1.ht।

৪০. http://www.syl.com/hb/thecommonsubjectofbarbiecontroversiesisitsphysicalcha||racteristics.html#top; http://en.wikipedia.org/wiki/Barbie।

৪১. বারবির প্রতি শিশুদের এই ধরনের আচরণ বিশ্লেষণে ইংল্যান্ডের বাথ বিশ্ববিদ্যালয় একটি গবেষণা পরিচালনা করে। দেখুন, http://www.bath.ac.uk/news/articles/archive/barbie161205.html।



'তোমার শরীর একটি যুদ্ধক্ষেত্র'।
শিল্পী ©বারবারা ক্রুগার



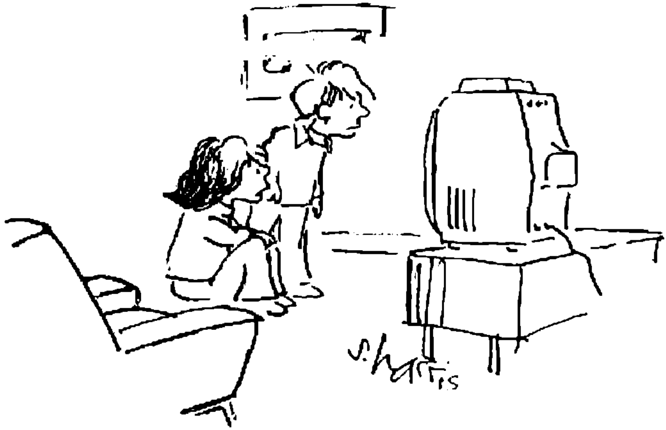
জেরি ওপেনহাইমার-এর বই, 'দানব খেলনা।
মন্দলোকের সুবিশাল ম্যাটেল রাজ্য' (২০০৯)



বাণিজ্যিক শিশু



'তোমার মনটার জন্যই তোমাকে ভালোবাসি,
ফিগারের জন্য নয়'



'বছরে ২০,০০০ বিজ্ঞাপন দেখে, পণ্য প্রতিরোধ
ক্ষমতা বলে আর-কিছু থাকে না'

পাবলিক

চিন্তা ও তত্ত্বের মুখোমুখি

বর্তমান যুগ তথ্য প্রযুক্তির যুগ হলেও 'জ্ঞানজগৎ'-এর সঙ্গে এদেশের 'পাবলিক'-এর যোগাযোগ ক্রমশই ক্ষীণ হয়ে যাচ্ছে বলে আমাদের অনুমান।

১৯৫০-৬০'এর দশকে এদেশের সর্বোচ্চ শিক্ষা প্রতিষ্ঠান, তথা, বিশ্ববিদ্যালয়ের সঙ্গে তৎকালীন পূর্ব পাকিস্তানের বৃহত্তর জনসাধারণের আত্মিক সংযোগ ছিল। বিশ্ববিদ্যালয়ে পড়াশোনা করত কৃষক পরিবারের সন্তানেরা, মফস্বল ও শহরের উঠতি মধ্যবিত্ত পরিবারের ছেলে-মেয়েরা। পাণ্ডিত্য, মেধা ও সাহসিকতার কারণে বিশ্ববিদ্যালয়ের শিক্ষক/বুদ্ধিজীবীদের সামাজিক কদর ছিল। ক্ষমতাশালী রাজনৈতিক দলের তাঁবেদারি (তা হোক শাসক কিংবা বিরোধী দল) অথবা দাতাসংস্থার কনসাল্টেন্সির কারণে নয়। বুদ্ধির পরিচর্যা করা, রাজনৈতিকভাবে সচেতন হওয়া আর স্বায়ত্ত-শাসনের জন্য লড়াই করে গণতান্ত্রিক সমাজ প্রতিষ্ঠা করা–বিশ্ববিদ্যালয়ে পড়ুয়া ছাত্র-ছাত্রীদের কাছে এই ছিল জমানার দাবি।

স্বাধীনভাবে চিন্তা করার শক্তি যাতে বিকশিত না হয় সে কারণে মার্চ ১৯৭১-এ, এবং আবারও, বিজয়ের ঠিক আগ-মুহূর্তে, ১৪ই ডিসেম্বরে, এদেশের শিক্ষক/বুদ্ধিজীবীদের হত্যা করা হয়। যদি এই হত্যাযজ্ঞ না ঘটত, আমাদের বিশ্বাস, বিশ্ববিদ্যালয় ও পাবলিকের মধ্যকার বুদ্ধিবৃত্তিক সম্পর্ক পারস্পরিক আদান-প্রদানের হত। সমাজ ও রাষ্ট্রের গণতান্ত্রিক বিকাশের জন্য সমতা ও ন্যায্যতাকে ঘিরে যে ধরনের আলাপচারিতা জারি রাখা জরুরি, আমাদের বিশ্বাস তা গড়ে উঠত। চল্লিশ বছর পর পিছনের দিকে ফিরে তাকালে মনে হয় স্বাধীনতা-পরবর্তীকালে এদেশের 'পাবলিক' ও 'জ্ঞানজগৎ'এর মধ্যে তৈরি হওয়া দূরত্ব ঘোঁচেনি। ধারাবাহিকভাবে, চলমানভাবে তো নয়-ই।

বর্তমানে শিক্ষার অর্থ স্রেফ কাগুজে ডিগ্রিপ্রাপ্তি। জ্ঞানের অর্থ টেক্নোক্রেটিক বিশেষজ্ঞপণা। আর বিজ্ঞাপনসংস্থার সুবাদে, স্বাধীনতার অর্থ আরো, এবং আরো পণ্য-ক্রয়ের স্বাধীনতা। এ সবই জনস্বার্থবিরোধী।

স্বৈরতান্ত্রিক প্রবণতা চিহ্নিত করার জন্য বুদ্ধিবৃত্তিক রসদ অপরিহার্য। জ্ঞান ও সত্য

কোন জমানায় কী প্রক্রিয়ায় উৎপাদিত হয়, তার সঙ্গে ক্ষমতার সম্পর্ক কী, ক্ষমতার রেখ কী ভাবে পরিবার, সমাজ, রাষ্ট্র ও গোলোকায়িত বিশ্বে বিস্তৃত, তা চিনতে পারার জন্য বিশ্লেষণের যন্ত্রপাতি অপরিহার্য। তা না হলে পাবলিকের মধ্যে আধিপত্যশীল স্রোতের বিপরীত চিন্তাভাবনা দানা বাধা সম্ভব নয়। পাবলিক-কল্পনাশক্তিকে জনস্বার্থের লক্ষ্যে নির্মাণ করা, তাকে সংঘটিত করা সম্ভব নয়। জ্ঞান কুক্ষিগত করার প্রাতিষ্ঠানিক প্রবণতা, যা একান্ত অগণতান্ত্রিক, তাকে উল্টে দেওয়া সম্ভব নয়।

ইতিহাস ও রাজনীতির এই বোধ থেকে আমরা আমাদের আপন ভূমিকা ও দায়িত্ব বর্তমান ও আগামীর জন্য দাঁড় করিয়েছি। আপন এবং অপর দেশের সমাজ, ইতিহাস ও সংস্কৃতি-বিষয়ক পঠন, পুনর্পঠন ও প্রতিষ্ঠিত ধারার প্রতিদ্বন্দী চিন্তা পাবলিকের সম্মুখে হাজির করার লক্ষ্য ঠিক করেছি। বুদ্ধিবৃত্তিক আলাপচারিতা ও তর্ক-বিতর্কের পরিধি সম্প্রসারিত করা, সেটাকে জারি রাখার উদ্দেশ্যে পাবলিক নৃবিজ্ঞান নামক গ্রুপ নিয়মিতভাবে কখনো পুস্তিকা, আবার কখনো পুস্তিকা-সিরিজ প্রকাশ করবে। নৃবিজ্ঞান বাদে সমাজবিজ্ঞান, রাষ্ট্রবিজ্ঞান, অর্থনীতি, ইতিহাস, প্রত্নতত্ত্ব, সাহিত্য, চারুকলা, ফটোগ্রাফি, আইন ও অপরাপর শাস্ত্রের শিক্ষক-গবেষকদের কাজ প্রকাশ করবে।

সসীম প্রয়াশের এই যাত্রা শুরু হলো 'প্রবল ও প্রান্তিক ১' নামক ৪টি পুস্তিকার এই সিরিজ দিয়ে।

রেহনুমা আহমেদ লেখক

সাঈদ ফেরদৌস শিক্ষক, নৃবিজ্ঞান বিভাগ, জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়

মির্জা তাসলিমা সুলতানা শিক্ষক, নৃবিজ্ঞান বিভাগ, জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়

সাদাফ নূর-এ ইসলাম শিক্ষক, নৃবিজ্ঞান বিভাগ, চট্টগ্রাম বিশ্ববিদ্যালয়

সায়দিয়া গুলরুখ পি.এইচ.ডি শিক্ষার্থী, নর্থ ক্যারোলাইনা বিশ্ববিদ্যালয়, মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র

সায়েমা খাতুন শিক্ষক, নৃবিজ্ঞান বিভাগ, জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়

নাসরিন খন্দকার শিক্ষক, নৃবিজ্ঞান বিভাগ, জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়

পুতুলখেলার রাজনীতি।
বারবি কাহিনী
নাসরিন খন্দকার

বাদপড়াদের ফিরে দেখা:
ইতিহাসরচনায় প্রান্তজনের খোঁজ
সাঈদ ফেরদৌস

নারীর বিরুদ্ধে সহিংসতা:
নারীবাদী দর্শনের সাম্প্রতিক সংকট ও উত্তরণ ভাবনা
সাদাফ নূর-এ ইসলাম ও মির্জা তাসলিমা সুলতানা

উত্তর-আধুনিকবাদ প্রসঙ্গে
রেহনুমা আহমেদ

পাবলিক নৃবিজ্ঞান
সি-৪, সামিট হেভেন, বাড়ি নং: ৩২, রোড: ৯/এ
ধানমন্ডি, ঢাকা-১২০৯, বাংলাদেশ



মাস্টারি করতে এসে বুঝেছি শিক্ষকতা কেবল একটি পেশা নয়, একটি জীবন পদ্ধতি, একটি দায়বদ্ধতা, শিক্ষার্থীদের প্রতি, সমাজের প্রতি। তাই শিক্ষকতা কেবল পাঠদানের জন্য পড়াশোনা, আর ক্লাসে তার উদ্‌গীরণে সীমিত হতে পারে না। আবার নৃবিজ্ঞান পড়তে এবং পড়াতে এসে সবসময় কিছু প্রশ্নের মুখোমুখি হয়েছি। তা হলো: মানুষ ও তার জীবনকে গভীরভাবে বুঝতে যে তত্ত্ব/বিশ্লেষণ নিয়ে নাড়াচাড়া করি, সেগুলো কি কেবল পুঁথিগত পড়াশোনার বিষয়? নিজের চারপাশের মানুষকে শুধু গভীরভাবে বুঝে নেওয়াতেই কি সীমিত থাকব? এই বুঝ যে রাজনীতিকে চেনায়, তাকে চিনে নিয়ে নিজের রাজনৈতিক অবস্থানকে প্রশ্ন করতে বাধ্য হই, অবস্থান না নিয়ে পারি না। আর এভাবেই নৃবিজ্ঞানের চর্চা সম্পূর্ণ হতে পারে বলে মনে করি। কেননা জীবন-বিচ্ছিন্ন, পুঁথিকেন্দ্রিক, খটমটে পাণ্ডিত্যের দেয়ালে আটকে থেকে নৃবিজ্ঞানের চর্চা সম্ভব নয়। একে অতিক্রম করে জন-মানুষের সঙ্গে দ্বিপাক্ষিক সর্ম্পক গড়ে তোলা ছাড়া নৃবিজ্ঞানের চর্চা হতে পারে না। এই পথ চলতে গিয়েই আমাদের 'পাবলিক নৃবিজ্ঞান'-এর দলগত যাত্রা শুরু। এই যাত্রায় আমাদের সময়ে দেশে ও বিশ্বে পুঁজিবাদী, পুরুষতান্ত্রিক সাংস্কৃতিক আচ্ছন্নতা ভেদ করে পথ খুঁজে চলি। নিজ অভিজ্ঞতা থেকে যোগাযোগ স্থাপন করতে চাই শ্রেণী-জাতি-বর্ণে ভিন্ন মানুষের অভিজ্ঞতার সঙ্গে। নারীবাদী পড়াশোনা ও রাজনীতিকে এই যোগাযোগের সূত্র করতে চাই। নৃবিজ্ঞানের চর্চার মধ্য দিয়ে ভোগবাদ, পশ্চিমা জ্ঞানের আধিপত্য, যৌনতার রাজনীতিকে বুঝতে চাই। সেই সঙ্গে যে কোনো ধরনের আধিপত্যকে চিনে-বুঝে-বিশ্লেষণ করে, তা মোকাবেলার পথ আবিষ্কারে আগ্রহী।

নাসরিন খন্দকার
নৃবিজ্ঞান বিভাগ, জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়